



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Aplicación de estrategias de Comunicación interna para mejorar el Compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-  
Chiclayo, 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Administración

**AUTORA:**

Br. Barranzuela Puican, Sheylla Jossymar (ORCID: 0000-0001-7123-6836)

**ASESOR:**

Mg. Zuñe Chero Limberg (ORCID: 0000-0002-3888-9445)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Gestión de Organizaciones

**CHICLAYO – PERÚ**

2019

## **Dedicatoria**

Dedico mi tesis a mis padres, mi hermana y mi tía, porque siempre estuvieron para apoyarme y brindarme su apoyo incondicional, la fuerza necesaria para lograr este objetivo y la paciencia en cada día que no estuve presente por hacer posible este sueño, que es tan importante y significativo en mi vida personal y profesional.

## **Agradecimiento**

A Dios y a mi abuela Carlota en el cielo por haberme guiado siempre, darme las fuerzas necesarias para cumplir con mi objetivo, a cada uno de los integrantes mi familia. A mi madre que siempre estuvo conmigo y fue mi mayor motivación para llegar hasta donde estoy ahora. A la administradora de la empresa donde se desarrolló la investigación, la cual me dio todas las posibilidades. Por últimos a mis asesores de tesis y profesores por su dedicación y enseñanza brindada.

## Página del jurado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO


### ACTA DE SUSTENTACIÓN

En el distrito de Pimentel, siendo las 8:00 am horas del día 25 de julio del 2019, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección Académica N° 1287, de fecha 24 de julio del 2019, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C. – CHICLAYO 2018, presentada por la bachiller BARRANZUELA PUICAN, SHEYLLA JOSSYMAR, con la finalidad de obtener el Título de Licenciado (a) en Administración, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:


**PRESIDENTE** : Dr. Franklin Uriol Gonzales  
**SECRETARIO (A)** : Mgtr. José Manuel Armas Zavaleta  
**VOCAL** : Mgtr. Limberg Zuñe Chero

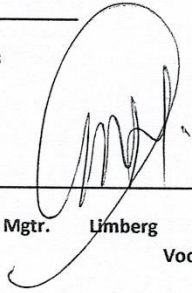
Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve **APROBAR POR UNANIMIDAD**, Siendo las 8:59 am del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Pimentel, 25 de julio del 2019

  
Dr. Franklin Uriol Gonzales

Presidente

  
Mgtr. José Manuel Armas Zavaleta  
Secretario (a)

  
Mgtr. Limberg Zuñe Chero  
Vocal

### **Declaratoria de Autenticidad**

Yo, Barranzuela Puican Sheylla Jossymar, con DNI N° 75010033, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tantos de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la universidad César Vallejo.

Chiclayo, diciembre del 2018



---

Barranzuela Puican Sheylla Jossymar

# ÍNDICE

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Página del jurado .....	iv
Daclaratoria de autenticidad .....	v
ÍNDICE.....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MÉTODO .....	11
2.1. Diseño de Investigación: .....	11
2.2. Variables, Operacionalización.....	11
2.3. Población y Muestra: .....	13
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .....	13
2.5. Procedimiento.....	15
2.6. Métodos de análisis de datos .....	15
2.7. Aspectos éticos .....	16
III. RESULTADOS .....	17
IV. DISCUSIÓN.....	34
V. CONCLUSIONES.....	37
VI. RECOMENDACIONES .....	38
VII. PROPUESTA .....	39
REFERENCIAS .....	58
ANEXOS:.....	62
ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD .....	77
AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN.....	78
AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO .....	79

## **RESUMEN**

La presente investigación lleva como título “estrategias de Comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.”, donde se utilizaron talleres y actividades que ayudaron a fortalecer aspectos negativos encontrado en la empresa, se tiene como objetivo general Aplicar estrategias de Comunicación Interna mejorar el Compromiso Organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C., donde se planteó la hipótesis: La aplicación de estrategias de Comunicación Interna mejoran el Compromiso Organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.

En este caso se utilizó una muestra de 20 colaboradores que es total de miembros de la organización, se utilizaron entrevistas y cuestionario como herramientas de recolección de datos, que sirvieron para tener un enfoque más amplio sobre la realidad en la empresa y la selección de las adecuadas estrategias y lograr los objetivos propuestos. Tiene un diseño pre experimental aplicada con un enfoque cuantitativo y un alcance explicativa transversal. Donde se obtuvieron resultados favorables al momento de implementar los talleres y actividades basadas en estrategias que mejoren no solo el compromiso si no también la comunicación entre ellos mismos en la organización.

Llegando a la conclusión que la aplicación de estrategias de comunicación si ayuda a mejorar el compromiso organizacional de los colaboradores en la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C., a la vez poder cumplir con las metas establecidas y hacer que los miembros de la organización se involucren con esta y sus fines.

Palabras claves: Comunicación Interna, Compromiso organizacional

## **ABSTRACT**

The present research has as its title "internal communication strategies to improve organizational commitment in the workers of the Drug Store Distributor Phryma SAC", where workshops and activities were used that helped to strengthen the negative aspects found in the company. Its main objective is to apply Internal Communication strategies to improve the Organizational Commitment in the workers of the Drug Store Distributor Phryma SAC, where the hypothesis was raised: The application of Internal Communication strategies improves the Organizational Commitment in the workers of the Drug Store Distributor SAC

In this case we used a sample of 20 collaborators that is total of members of the organization, interviews and questionnaire were used as data collection tools, which served to have a broader focus on the reality in the company and the selection of the appropriate strategies and achieve the proposed objectives. It has a pre-experimental design applied with a quantitative approach and a transversal explanatory scope. Where favorable results were obtained at the time of implementing the workshops and activities based on strategies that improve not only the commitment but also the communication among themselves in the organization.

Reaching the conclusion that the application of communication strategies if it helps to improve the organizational commitment of the collaborators in the Drug Store Distributor Phryma SAC, at the same time to be able to fulfill the established goals and to make the members of the organization get involved with this and your purposes

Keywords: Internal Communication, Organizational Commitment



## **I. INTRODUCCIÓN**

Existe una creciente preocupación en las organizaciones que solo se conforman en tener una comunicación que sola permita informar y no toman en cuenta que si utiliza de manera eficiente se pueden alcanzar mejores resultados que favorecen a la organización. Deben saber que la comunicación cara a cara, en cada nivel organizacional tiene que ser vista como primordial ya que esta es mucho más directa y sin ningún tipo de obstáculos llegando a ser más clara. La relación que existe entre los miembros de la organización y la interacción en tiempo real permite que la confianza se forme en esta relación. (Marchiori, 2011)

A nivel mundial la comunicación interna sigue siendo una gran herramienta pendiente, que aun la mayoría de las organizaciones trata de utilizar no por el convencimiento de hacerlo o por los resultados que obtendrán, sino por seguir lo que hace la competencia, por imitar o copiar, incluso por la fuerte demanda de los propios empleados. Las compañías líderes asumen que la comunicación, comprende en un conjunto de actividades orientadas hacia el éxito de la organización, además en beneficios económicos y desarrollo de los mismos colaboradores, otorgan a la comunicación interna un papel importante en la gestión de cualquier organización. (Álvarez, 2007).

La comunicación interna en se ha convertido en un elemento que da soporte a las estrategias organizacionales ya que todos los miembros de la empresa deben saber cuáles son los objetivos y metas que se pretenden lograr a corto mediano o largo plazo, se puede hacer la coordinación de tareas o actividades de las áreas de la empresa, saber que recursos utilizar para la obtención de los objetivos, con esto permite consolidar la propia identidad y el compromiso para poder transmitir los valores compartidos por los colaboradores. (Álvarez-Nobell y Lesta, 2009).

El indicador clave de un buen ambiente de trabajo es la comunicación que existe entre las áreas de la organización., si los colaboradores comparten una charla, sea o no de temas laborales, se traduce como un buen indicador de que existe un buen trato entre los colaboradores esto hace que no puedan existir problemas dentro de la organización por malos entendidos o cosas que no se dijeron. (El comercio, 2018).

Dentro de cada organización para poder lograr los objetivos esperados es necesario que todas las áreas estén comunicadas entre sí, se sabe que todas dependen de las

demás; si esto no sucedería no se podría cumplir con todo lo establecido y se hiciera lo que a cada uno le conviene perjudicando a las actividades que le corresponde a cada área; es por ello que es necesario llegar a tener una buena comunicación para que esta ayude a la optimización de las tareas.

El sentirse identificado con la organización donde perteneces tiene cada vez más importancia en un mundo tan competitivo, en el que estos aspectos pueden convertirse en factores diferenciadores que posibiliten a una organización ser más exitosa que sus competidores, aún existen algunas organizaciones que funcionan bajo un enfoque tradicional de no prestar la suficiente atención a si los colaboradores se sienten en realidad comprometidos y como este puede perjudicar a los objetivos de la organización.

En la DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C, existen deficiencia con respecto al compromiso por parte de los colaboradores de la organización, este no es un aspecto que se deba resaltar, pero si puede mejorar, además la comunicación entre las áreas es deficiente al momento de entregar las hojas de pedidos, con los vendedores cuando necesitan más información sobre alguno de los productos, al enviar la mercadería y no llega a tiempo a su destino, fomentando algunos malos entendidos que hacen que el ambiente de la empresa se tenue un poco tensa cuando ocurre estos inconvenientes, que traen consecuencias negativas para la organización y el entorno que los rodea.

Desde esa perspectiva se considera que es necesario implementar soluciones para mejorar el compromiso de los colaboradores con el fin de mejorar la comunicación entre las áreas y la directiva es por ello que para hacer frente a esta problemática se plantea ¿Cómo la aplicación de las estrategias de comunicación interna mejorará el compromiso organizacional en los trabajadores la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-Chiclayo, 2018?

Dentro de trabajos previos se ha considerado armas (2014). En su tesis de licenciatura “Comunicación interna y Clima laboral” (Estudio realizado en Call Center de la ciudad de Quetzaltenango); que tuvo como objetivo determinar la manera en que la comunicación interna favorece al clima laboral en el Call center de la ciudad de Quetzaltenango; concluyendo que la comunicación interna favorece al clima laboral, esto influye en la identidad organizacional de los colaboradores y

la cual se ve reflejado al momento de alcanzar los objetivos de la empresa, de esta manera para evitar posibles inconvenientes que se produce por la rotación de puestos. Este hecho se refleja en la manera en la que se les comunican a los colaboradores donde se les indica la información necesaria para realizar sus actividades diarias y en los resultados positivos que se desean espera; en los resultados de esta investigación se llegó a saber, que si utilizamos una buena comunicación interna entre los trabajadores se puede mejorar el ambiente de trabajo, además de que estos mismos lleguen a estar identificados con sus actividades y la organización.

También tenemos a Carbajal (2015). En su tesis de licenciatura, titulada “Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del Instituto Nacional de Estadística y Censos- INEC”, que tiene como objetivo general, “Realizar un diagnóstico de comunicación que revele la situación actual del INEC con respecto a la gestión de la comunicación interna.”; concluyendo que, La comunicación interna dentro de la organización no está establecida como una de las fuentes importante para la obtención de información, gran parte de los colaboradores no conocen las funciones que realiza cada uno de sus áreas este es motivo por el cual prefieren recurrir a otras fuentes como compañeros o directores de área que no siempre son muy fiables, haciendo muchas veces que la información no siempre sea la correcta. Esta investigación es favorable, ya que se muestra como la comunicación en algunos casos no suele ser utilizado como una herramienta primordial de información por las organizaciones, de esta manera qué importancia tiene implementar un Plan de comunicación interna para mejorar deficiencias que se pueden encontrar, además de poder obtener buenos resultados que favorecen a la organización que el cambio no solo sea en los colaboradores si no a los directivos.

Crespo (2016). En su tesis de maestría “Clima y compromiso organizacional en una mediana empresa manufacturera de San Luis Potosí, S.L.P.”; teniendo como objetivo identificar la percepción que los trabajadores tienen del compromiso organizacional a fin de establecer la relación que existe entre éste y las características personales; concluyendo que, Existen algunas características personales que influyen en el compromiso organizacional, esto indica que, sí están relacionadas con el compromiso organizacional, como: remuneración, género, nivel de puesto y turno. Esta investigación es favorable, porque manifiesta la percepción

de los colaboradores que tienen del compromiso organizacional y las características que se identificaron y se relacionan directamente, además se pueden tomar en cuenta para incluirlas en la presente investigación.

Dentro de los trabajos previos nacionales se tomó a Flores (2016) En su tesis de para obtener el grado de maestría “Aplicación del modelo de comunicación corporativa interna y su influencia en el clima laboral de Teleatento del Perú S.A.C. de la región norte 2014”; que tiene como objetivo general: determinar la influencia del modelo de Comunicación Corporativa Interna en el clima laboral de la empresa Teleatento del Perú S.A.C., de la Región Norte. ; concluyendo que, Se determinó la influencia de un modelo de comunicación corporativa interna que se adecue a la realidad de la empresa, el cual tuvo un impacto positivo en la comunicación entre los colaboradores, este modelo plantea cambios que ayuden alcanzar los objetivos organizacionales de esta manera cada colaborador puede saber qué fin tiene la empresa en que laboran. Esta investigación es favorable, ya que se muestra como un modelo de comunicación interna puede llegar a mejorar aspectos deficientes dentro de la organización, además de saber cuál es la mejor manera de implementar cualquier tipo de mejora en la institución y que no se pueda llegar a tener algún tipo de error o rechazo por parte de los colaboradores de la institución.

Cabrera (2014) En su investigación titulada “Estrategias de comunicación interna y su influencia en la identidad laboral de los trabajadores de la municipalidad distrital de El Agustino”; que tiene como objetivo general “Determinar la influencia de las estrategias de comunicación interna en la identidad laboral de los trabajadores de la Municipalidad Distrital de El Agustino”; concluyendo que: la influencia de la comunicación interna es esencial para lograr los objetivos organizacionales, además que utilizar estrategias de comunicación interna influyen en la identidad laboral, ya que los colaboradores se sienten más comprometidos con la empresa porque sienten que son parte de ellos, se les comunica algunos cambios o actividades que se tiene que desarrollar de esta manera sienten estos objetivos como propios. Con esta investigación, se puede llegar a saber cómo influye utilizar estrategias de comunicación interna en los trabajadores de esta manera mejorar la identidad laboral de estos, a la vez elevar el compromiso de estos mismos con la organización y sus propósitos.

De la Puente (2017) En su investigación titulada “Compromiso organizacional y motivación de logro en personal administrativo de la Municipalidad Provincial de Trujillo”. Tuvo como objetivo, “Determinar la relación entre el compromiso organizacional y la motivación de logro en el personal administrativo de la Municipalidad Provincial de Trujillo”. Concluyo que, Si existe una relación entre el compromiso organizacional y la motivación de logro de los colaboradores, ya que si el colaborador está bien motivado por ende su identificación o compromiso con la organización será mayor de esta manera se pueden obtener mejores resultados en las actividades encomendadas. Esta investigación es favorable, porque dice como el compromiso que tiene cada trabajador puede motivarlo hacer mejores cosas por la organización, entonces si llega mejorar el compromiso no solo cumplirá con las metas de su área si no también objetivos de la institución.

Con respecto a las teorías relacionadas al tema tener a la Comunicación interna definida por Luis Puchol (2007); define a la comunicación interna como una herramienta que ayuda a promover la comunicación en una organización entre los miembros de esta, tratando de mejorar sus relaciones laborales y mejorar el rendimiento; Para otros autores la comunicación interna también es definida como:

Pizzolante (2004)"La comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de una organización."

García (2016) “Es la comunicación dirigida al cliente interno, esto es, al trabajador. Aumenta la satisfacción entre el personal y por tanto la rentabilidad final."

Capriotti (2009). “Como el conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización."

La porte (2005) “Es una parte de la estrategia comunicativa, ligada a la dirección de las instituciones. Se centra en la relación con los públicos internos y trata de crear la atmósfera de confianza adecuada para promover la eficacia del trabajo”

Según Luis Puchol (2007), tiene como objetivos: Difundir los valores de la empresa, favorecer la implicación del colaborador con la institución.; transmitir con eficiencia y efectividad los mensajes sobre las estrategias empresariales, de manera positiva, contar lo que sucede en la empresa, no sólo para informar, sino también

para motivar, Contribuir al crecimiento del compromiso y de la integración del personal, involucrados con los objetivos de la empresa, hacer saber a los trabajadores que tan importantes son sus labores en la organización, para que esto traiga como consecuencia resultados finales favorables para la empresa., Lograr en la empresa tener la confianza hacia la gerencia que permita mediante el funcionamiento de una buena comunicación saber los deseos, aspiraciones y peticiones del personal al fin de adoptar estrategias para el bienestar de los colaboradores y de la organización.

Es por ello que existen tres tipos de comunicación dentro de la empresa. La vertical descendente dirigida desde la dirección general a los colaboradores, utiliza la línea jerárquica del organigrama, desde aquí se comunican las políticas, instrucciones y ordenes hasta el nivel encargado; esta comunicación suele tener defectos como: Es escasa, es lenta, es inconstante, existe un puenteo, no se les comunica a todas las áreas, teniendo como principales herramientas de este tipo de comunicación son: Las instrucciones orales, reuniones por área, notas internas o memorándum, boletín, periódicos o revistas de empresa, cartas entregadas al personal.

Otro tipo de comunicación es la vertical ascendente, esta se utiliza para saber si la información ha sido percibida, entendida y aplicada, como una función de control se utiliza este tipo de comunicación. Recoge desde los colaboradores sus deseos, quejas y sugerencias, para ser transportada hasta la dirección de la organización, dentro de las modalidades más usadas existen: El comité de la empresa, comités y grupos de trabajo que se puedan formar en la empresa. El principal problema de este tipo de comunicación es el riesgo en la comunicación esto quiere decir que la persona quien comunica puede decir algún comentario inoportuno y esto puede llegarse a malinterpretar lo que se quiere llegar a lograr; otros de los problemas que pueden ocurrir es la falta de tiempo de los directivos y la pérdida de tiempo que puede hacer al escuchar a sus colaboradores y que estos piensen que no pueden hablar con sus jefes.

Y por último a la Comunicación horizontal; tiene como prioridad la coordinación entre las áreas y la armonización de los distintos departamento y acciones de las empresas para asegurar que no existan duplicidad de tareas, si se utiliza este tipo de comunicación beneficiara en: Espíritu de coordinación y un buen ambiente, mayor rapidez que la comunicación jerárquica, generación de confianza y amistad entre

los compañeros. Teniendo como principales herramientas que se consideran son los siguientes: Las reuniones interpersonales; es necesario que los colaboradores roten por los distintos departamentos para adquirir una visión general de la empresa, además de saber qué es lo que ocurre en cada área de la organización y los mensajes electrónicos; es el medio de comunicación muy usada entre los colaboradores del área de toda la organización para poder compartir información de la empresa y dudas.

Según a la variable de compromiso organizacional tenemos a Rodríguez, Zarco y Gonzáles, 2009, (p. 60); la define como una suma de esfuerzo por parte de miembros de la organización para alcanzar los objetivos y metas organizacionales, esta se convierte en la variable fundamental en la eficiencia y efectividad. Realizan esfuerzos por el bien de la organización, el anhelo de permanecer en la misma, aceptar los principales objetivos y metas como personales; Para otros autores la comunicación interna también es definida como:

Wiener (1982) "La totalidad de presión normativa para actuar en un sentido que se corresponde con las metas y objetivos de la organización"

Sheldon (1971) Es una actitud y orientación hacia la organización la cual vincula la identidad de la persona.

Morris y Sherman (1981); Es el vínculo que existe entre una persona y la organización

Salancik (1977); "Un estado del individuo el cual llega a estar vinculados por sus acciones a través de ella a sus creencias"

Dwyer (1987) Es una promesa entre los mismos compañeros de trabajo y a la vez mantener una relación.

Según Baker (1995), para promover el compromiso en los colaboradores se considera fundamental recurrir a la socialización de los colaboradores que recién se integran a la organización, menciona las siguientes: (Citado en Rodríguez, Zarco y Gonzáles, 2009, p. 61).; **Colectivas:** Se utiliza para los recién llegado tratar de comunicarse todas las actividades y metas que tiene el área en el que es asignado como objetivos organizacionales; **Formales:** Se incorporan al grupo laboral mientras se desarrolla su aprendizaje; **Secuenciales:** Los nuevos trabajadores

reciben información incompleta, esto hace promover la creatividad durante el periodo de socialización.; **Fijas:** Aportan información de acuerdo a las actividades y horarios de puestos de trabajo; **Conjuntivas:** Utilizan a los jefes de cada área o algún colaborador eficiente como modelos a seguir.; **Investigadoras:** Es el soporte social y las competencias que aportan los colaboradores hacia los recién llegados.

Teniendo también para el autor tres dimensiones Rodríguez, Zarco y Gonzáles, (2009), nos indica que el compromiso organizacional se ha convertido en una de las herramientas fundamentales en una organización, ya que se podido demostrar al momento de rotar al personal y de la puntualidad de ellos en sus actividades, este suele ser un buen predictor. El compromiso tienes tres dimensiones que son: **Dimensión emocional;** Consiste en la identificación de los colaboradores sus valores, refleja el apego, la identificación e implicación con la organización, esta afinidad se demuestra con sus actitudes como el orgullo por pertenecer a alguna compañía, se muestra además con la solidaridad del colaborador con los problemas de la institución y querer saber cómo se encuentra mostrando felicidad cuando esta marcha bien, los colaboradores con una alto compromiso tienden a manifestar una buena disposición frente a cambios y están dispuestos a trabajar más de lo establecido; esta dimensión incluyen tres componente básicos: Identificación; de tomar los objetivos o metas organizacionales como personales.; Implicación; la inmersión en las actividades institucionales; Lealtad; como un sentimiento de apego o afecto, por otro lado la **Dimensión comportamental;** Revela el apego de carácter material que el trabajador tiene, como está vinculado directamente con la organización porque se ha invertido tiempo, dinero y esfuerzo, dejarla seria perderlo todo. Un aspecto que modula esta dimensión son las oportunidades que tiene un colaborador para conseguir otro empleo de manera que percibe que están son reducidas esto hace que se incrementa su apego a la empresa además interviene la edad y la antigüedad que suele ser aspectos importantes. Y por último a la **Dimensión normativa;** El trabajador siente la obligación de permanecer a la empresa, este sentimiento suele pasar por la formación de valores como la lealtad e incluso desde su primera experiencia laboral, esto suele suceder porque los colaboradores sienten que están en deuda con la organización a la que pertenecen esto hace que sea valorada y recompensada por el colaborador.



Es por ello que a partir de la información recopilada se formula el siguiente problema ¿Cómo la aplicación de las estrategias de comunicación interna mejorará el compromiso organizacional en los trabajadores la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-Chiclayo, 2018?

Como justificación de la investigación tenemos a la **Justificación Teórica:** Mediante teorías de estrategias de comunicación interna los colaboradores de esta organización pueden obtener buenos resultados dentro de sus áreas teniendo una adecuada comunicación sin que ocurra algún factor negativo que impida este proceso, por eso a través del compromiso organizacional que permite que los trabajadores pueden sentirse cómodos dentro de su centro de trabajo y así poder cumplir con las actividades encomendadas., se define a la comunicación interna como una herramienta que ayuda a promover la comunicación en una organización entre su personal de trabajo tratando de mejorar sus relaciones laborales y mejora el rendimiento. (Puchol, 2007) El compromiso organizacional, es una suma de esfuerzo por parte de lo colaboradores para lograr alcanzar objetivos y metas organizacionales, esta se convierte en la variable fundamental en la eficacia y efectividad (Rodríguez, Zarco y Gonzáles, 2009).

En la Justificación Práctica; se podrá aplicar estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional de los trabajadores en la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C., esto ayudará a que los colaboradores de esta organización puedan sentirse identificados y comprometidos, además de llegar a tener una red de comunicación óptima entre las distintas áreas que ayuden a lograr los objetivos de dicha organización. Y a la Justificación Metodológica: Se aplicará estrategias de comunicación interna en la organización ya mencionada, que ayudaran a mejorar las actividades en los puestos de trabajo, acorde a las necesidades de los trabajadores para llegar a mejorar algunos aspectos que se encuentran deficientes dentro de esta organización.

Se propuso dos hipótesis que son **H1:** La aplicación de las estrategias de comunicación interna mejorará el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-Chiclayo, 2018 y **H0:** La aplicación de estrategias de comunicación interna no mejorará el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-Chiclayo, 2018.

La presente investigación tiene como objetivo general Aplicar estrategias de Comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional de los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-Chiclayo, 2018; y como objetivos generales Identificar el nivel de compromiso organizacional de los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-Chiclayo, 2018., Diseñar y aplicar un plan de estrategias de comunicación interna a los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-Chiclayo, 2018. Y Evaluar y comparar la mejora del compromiso organizacional en de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C -Chiclayo, 2018, después de la aplicación del post test.

## II. MÉTODO

### 2.1. Diseño de Investigación:

Para Bernal, 2010; “El diseño Pre experimental, presenta el más bajo control de variables y no efectúa asignación aleatoria de los sujetos al experimento, y son aquellos en los que el investigador no ejerce ningún control sobre las variables intervinientes.”

Es por eso que el diseño de investigación que se empleará es pre-experimental, porque se utilizará un pre y post test; cuyo esquema es el siguiente

$$\boxed{\text{G.E.: } O_1 \quad X \quad O_2}$$

Dónde:

G.E. : Grupo experimental (Trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C)

O<sub>1</sub> : Pre test

O<sub>2</sub> : Post test

X : Aplicación de estrategias de comunicación interna.

Esta investigación además de ser aplicada, tiene un enfoque cuantitativo por que utiliza la recolección de datos de la población que se investiga para poder probar las hipótesis establecidas, y de alcance explicativa transversal ya que el estudio y el resultado de las variables, se da en un tiempo y periodo determinado. (Bernal, 2010)

### 2.2. Variables, Operacionalización

**2.2.1. Variable Independiente:** Comunicación interna.

**2.2.2. Variable Dependiente:** Compromiso organizacional.

## Operacionalización de Variable

Tabla 3.

*Operacionalización de la variable dependiente*

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Ítems
<b>Compromiso Organizacional</b>	Es una suma de esfuerzo por parte de los colaboradores para lograr alcanzar objetivos y metas organizacionales, esta se convierte en la variable fundamental en la eficacia y efectividad. (Rodríguez et al., 2009)	<b>Dimensión emocional</b>	Identificación	Cuestionario Entrevista	1,2
			Implicación		3,4
			Lealtad		5,6
		<b>Dimensión comportamental</b>	Necesidad de trabajo		7,8,9
			Opciones laborales		10,11
			Permanencia en la empresa		12,13
		<b>Dimensión normativa</b>	Reciprocidad con la empresa		13,14
			Obligaciones		16,17,18
			Valores		19,20

*Fuente:* Elaboración propia.

## **2.3. Población y Muestra:**

### **2.3.1. Población:**

La población es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, esta debe ser estudiada y sobre la cual se pretende obtener resultados que se busca para una investigación (Hernández, Fernández, Baptista, 2010 p. 174).

La población para esta investigación estará conformada por todos los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C que son un total de 22 trabajadores

### **2.3.2. Muestra:**

La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de una población accesible que tiene características similares para poder realizar un estudio en específico (Arias, 2006, p. 83).

El estudio se realizará en de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C el cual porque es una población muy pequeña se trabajará con todos los colaboradores que ascienden a 22 colaboradores.

### **2.3.3. Muestreo:**

El muestreo es importante porque a través de él podemos hacer análisis de situaciones de una empresa o de algún campo de la sociedad (Behar, 2008)

Para la presente investigación no se empleará técnica alguna debido a que todos los colaboradores formarán parte del estudio.

## **2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1. Técnica:**

Para esta investigación se aplica como técnicas de recolección de datos: La encuesta y la entrevista para medir el compromiso organizacional y comunicación interna de los colaboradores en esta organización.

Para Iglesias y Cortés, (2004), “La encuesta es la técnica que posibilita descubrir los componentes de los mundos de sus participantes y los constructos con arreglo a los cuales esos mundos están estructurados.” (p.36).

La cual será aplicado a los colaboradores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C., Gerente general y jefes de área ya sean varones y mujeres.

“La entrevista, es una forma específica de interacción social que tiene por objeto recolectar datos para una indagación” (Behar, 2008, p. 55).

Además de una entrevista, dirigida a la administradora de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.

#### **2.4.2. Instrumentos:**

Vara, (2015), “El formato del instrumento, significa dos cosas. Primero, diseñarlo y organizarlo de tal modo que resulte sencillo e intuitivo para los que la van a llenar, y que se eviten confusiones producto del desorden” (p.289).

La presente investigación se utilizará los siguientes instrumentos:

- **Guía de Entrevista:**

La guía de entrevista es un instrumento que encarga de recolectar información a través de un procedimiento directo de intercambio de mensajes entre el entrevistado y el entrevistador, estas deben estar desarrolladas previamente considerando las dimensiones, que se requiera estudiar (Bernal, 2010).

A través de este instrumento se podrá recopilar información más amplia la administradora de la empresa, ya que permitirá conocer más de cerca su realidad para poder seleccionar y aplicar las estrategias de comunicación interna más efectivas.

Esta guía de entrevista consta de 20 preguntas en la cual se intenta recoger información de las dos variables.

- **Cuestionario:**

Hace referencia a las preguntas elaboradas para recolectar datos importantes, con el fin de lograr los objetivos de la investigación, plan formal para obtener información del objeto de estudio con referencia a las variables de dicha investigación (Bernal, 2010).

El cuestionario de esta investigación está compuesto por 20 ítems donde se podrá medir la variable dependiente (Compromiso organizacional); este instrumento tiene una escala que determina como menor valor nunca y como máximo valor siempre.

## **2.5. Procedimiento**

Para poder obtener la información necesaria en la presente investigación se tuvo que utilizar técnicas de recolección de datos como la encuesta y la entrevista estructuradas a los problemas que se venían presenta en la organización, realizadas a los colaboradores y jefes de esta manera saber cuál es el punto de vista de cada una ellos.

Se realizó una entrevista a la administradora que estuvo conformada por 20 preguntas en la cual se intentó recoger información de ambas variables, a través de este instrumento se pudo recopilar información más amplia, ya que permitirá conocer más de cerca su realidad.

El cuestionario de esta investigación estuvo compuesto por 20 ítems donde se logró medir el compromiso que cada colaborador tiene hacia sus actividades y la empresa, además saber si la comunicación entre ellos mismo y sus jefes es eficaz y de manera esto puede ser útil para las labores que realizan día a día.

Con estas técnicas se facilitará saber cómo se encuentran los colaboradores y ver qué es lo que se puede cambiar a mejorar dentro de la organización de esta manera aplicar de manera más sencilla las estrategias de comunicación interna después de esto volver aplicarlas para saber si se obtuvo o no un resultado favorable en beneficio a los colaboradores y a los objetivos de la empresa.

## **2.6. Métodos de análisis de datos**

Para el análisis estadístico de de la recolección de datos de la población a investigar, se empleará la estadística descriptiva e inferencial en el programa estadístico SPSS.

La escala estará centrada en los sujetos del estudio, en el cual se elaborarán ítems (afirmaciones), donde cada ítem tendrá respuestas en forma graduada de

mayor a menor, donde se determinará como menor valor nunca y como máximo valor siempre

Las medidas estadísticas a utilizar: Frecuencia relativa, Media aritmética, Varianza, Desviación Estándar y Coeficiente de variabilidad.

Los resultados se presentarán por medio de gráficos que resuman la información más significativa.

## **2.7. Aspectos éticos**

Según por Noreña, Alcaraz-Moreno, Rojas y Rebolledo-Malpica (2012), Los criterios éticos que se tomarán son:

**Consentimiento informado:** A los participantes de la presente investigación se les manifiesta las condiciones, derechos y responsabilidades que el estudio involucra donde asumirán la condición de ser informantes, para que estas personas puedan brindar información correcta acerca de lo que ocurre en la organización.

**Confidencialidad:** Se informa la seguridad y protección de su identidad como informantes valiosos de la investigación, además de la privacidad que se tomara en cuenta acerca de los datos que son revelados por ellos mismos.

**Observación participante:** El investigador actúa con prudencia durante el proceso de recolección de los datos asumiendo su responsabilidad ética para todos los efectos y consecuencias que se derivarán de la interacción establecida con los sujetos participantes del estudio.

**Originalidad:** Se recogen los aportes de investigadores acerca de las variables estudiadas, autores de libros, revistas y diarios que han sido utilizados para dar mejor consistencia a esta investigación, los cuales han sido debidamente citados bajo las Normas APA.



### III. RESULTADOS

Para lograr el **Primer Objetivo Específico** que fue Identificar el nivel en que se encuentra el Compromiso Organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C., se desarrolló una entrevista a la administradora de la organización, para ello fue necesario plantear preguntas abiertas con la finalidad de recopilar información para la contribución de la presente investigación.

Se pudo contrastar a través de la entrevista que el compromiso organizacional entre los colaboradores de las áreas de la organización se encuentra deficiente; es decir no cumplen sus laborales como les indica, esto hace que no se puedan lograr los objetivos y metas planteadas, es ahí donde se pierde esa identificación con la organización y sus fines.

Otro aspecto a identificar es que una parte de los colaboradores, no realizan correctamente sus actividades porque se sienten seguros de sus puestos de trabajo por la antigüedad que tienen, esto hace que ellos no aporten con alcanzar los objetivos de la institución. Además, a través de esta entrevista permitirá saber qué tipo de comunicación están utilizando, de esta manera poder utilizar las estrategias adecuadas para poder mejorar el compromiso organizacional de los colaboradores de la organización

Finalmente, la administradora reconoció que las mejoras deben darse en coordinación con todas las áreas involucradas para que los resultados que obtengan sean beneficiosos en su totalidad no solo para los miembros de las áreas, sino también para lograr alcanzar las metas planteadas mes a mes.

Además de la entrevista a la administradora de la organización, se estructuró un cuestionario de 20 preguntas donde se evaluó el compromiso organizacional de los colaboradores, obteniendo los siguientes resultados, para esto se realizó la confiabilidad del instrumento para que este pueda hacer aplicado.

### 1.1. Análisis de confiabilidad del instrumento para el Compromiso organizacional

La validez de del instrumento se efectuó a través del coeficiente alfa de Cronbach, que determina si este cuestionario es confiable para poder ser aplicado a los colaboradores.

El cuestionario comprende 20 ítems, que son parte de la variable dependiente a investigar, se tomó la muestra de 20 personas encuestadas, que en este caso son todos los colaboradores de la organización. El nivel de confiabilidad es de 95% y se utilizó, para el resultado el software estadístico SPSS.

Tabla 4

*Confiabilidad del instrumento cuestionario del Compromiso Organizacional*

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,887	20

*Fuente:* Resultados obtenidos del software SPSS

La confiabilidad del instrumento nos da 0.887, por lo tanto, demuestra que es altamente confiable, considerando que los valores del Alfa de Cronbach son superiores a 0.7 son suficientes para dar como fiable, se concluye que el instrumento es alternamente confiable y se puede aplicar.

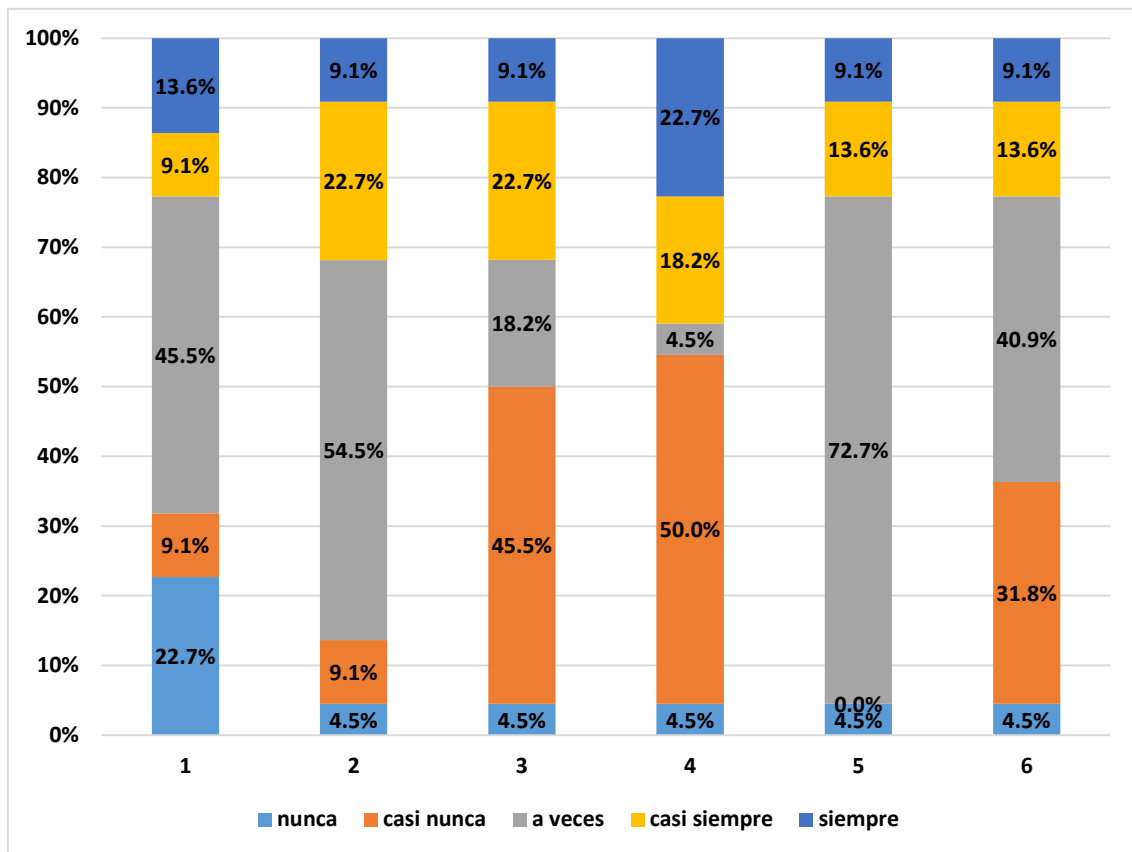
## RESULTADOS DEL PRETEST

Tabla 5.  
*Dimensión emocional*

	Nunca	casi nunca	a veces	casi siempre	siempre	total
Me siento plenamente identificado con la institución cuando existen problemas.	22,7%	9,1%	45,5%	9,1%	13,6%	100%
Ante la presencia de un problema en la institución me comprometo a dar lo mejor de mí para solucionarlo.	4,5%	9,1%	54,5%	22,7%	9,1%	100%
Considero que las labores que desempeño dentro de mi institución las siento más como obligaciones que como un aporte	4,5%	45,5%	18,2%	22,7%	9,1%	100,00%
Ante una nueva oferta laboral, terminaría el vínculo con mi institución de manera inmediata.	4,5%	50,0%	4,5%	18,2%	22,7%	100%
Creo que la institución donde laboro genera un vínculo afectivo intenso que me permite identificarme plenamente con ella	4,5%	0,0%	72,7%	13,6%	9,1%	100%
Cuando manejo información confidencial de la institución con frecuencia demuestro mi lealtad siendo reservado en el procesamiento de la misma.	4,5%	31,8%	40,9%	13,6%	9,1%	100%

*Fuente:* Resultados obtenidos del software SPSS.

### Resultados del Pre Test Dimensión emocional.



*Fuente:* Elaboración propia.

**Figura 1.** De acuerdo a los datos que se obtuvieron en la tabla 1, se puede decir que con respecto a la Dimensión emocional que involucra Implicación, Lealtad e Identificación, que los colaboradores de la organización no sienten aun algún vínculo de afecto con esta, puesto que ellos marcaron a “A veces” obteniendo este un mayor porcentaje seguido de un “Casi nunca”, esto significa que no están totalmente identificados con algunos problemas que se suscitan en la empresa, cuando realizan sus labores solo lo hacen por cumplir las tareas mas no como un aporte que estos puedan hacer a la institución, además que sienten que la misma empresa hace que no se sientan completamente seguros de su trabajo y de la permanencia de ellos en la misma.

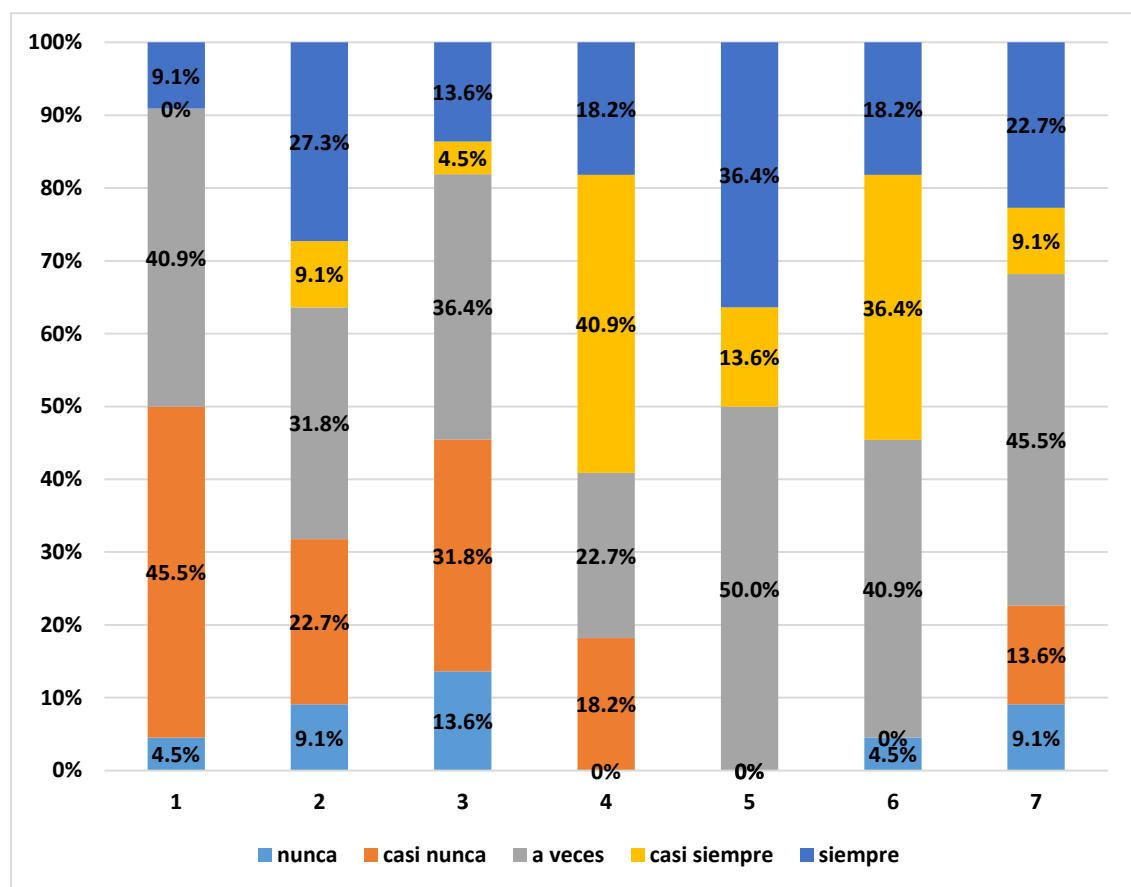
Tabla 6.

*Dimensión comportamental.*

	Nunca	casi nunca	a veces	casi siempre	siempre	total
Considero que las pocas alternativas de trabajo que existen en el mercado laboral, generan mi permanencia dentro de mi institución.	4,5%	45,5%	40,9%	0%	9,1%	100%
Pienso que la permanencia en la institución está sujeta a encontrar un nuevo puesto de trabajo fuera de ella, pero con mejores condiciones laborales.	9,1%	22,7%	31,8%	9,1%	27,3%	100%
Siento la obligación moral de permanecer en la institución, por eso continuo trabajando en ella	13,6%	31,8%	36,4%	4,5%	13,6%	100%
Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta institución	0%	18,2%	22,7%	40,9%	18,2%	100%
Disfruto hablando de aspectos positivos de mi empresa con gente que no pertenece a ella.	0%	0%	50,0%	13,6%	36,4%	100%
Aunque fuera ventajoso para mí, no siento que sea correcto renunciar a la institución por todo lo que me ha dado hasta ahora.	4,5%	0%	40,9%	36,4%	18,2%	100%
Para renunciar a la organización mis compañeros tienen alguna influencia sobre mi decisión	9,1%	13,6%	45,5%	9,1%	22,7%	100%

*Fuente:* Resultados obtenidos del software SPSS

## Resultados del Pre Test Dimensión comportamental



*Fuente:* Elaboración propia

**Figura 2.** De acuerdo a los datos obtenidos se observa que los colaboradores han marcado más la opción “A veces” ya que esta tiene el mayor porcentaje, esto quiere decir que aun ellos no se encuentran en su totalidad convencidos sobre su permanencia en la institución, buscar otras opciones laborales o la necesidad de trabajo que corresponde a esta Dimensión Comportamental, esto significa que ellos no se sienten convencidos aun dejar su puesto de trabajo así sea por ofertas laborales o por mejores condiciones de trabajo, además piensan que le deben mucho a la empresa por el tiempo y dinero que han invertido, entonces esta dimensión para los miembros de la organización es una de las fuertes que se pueden tener en cuenta en beneficio para la permanencia de ellos.

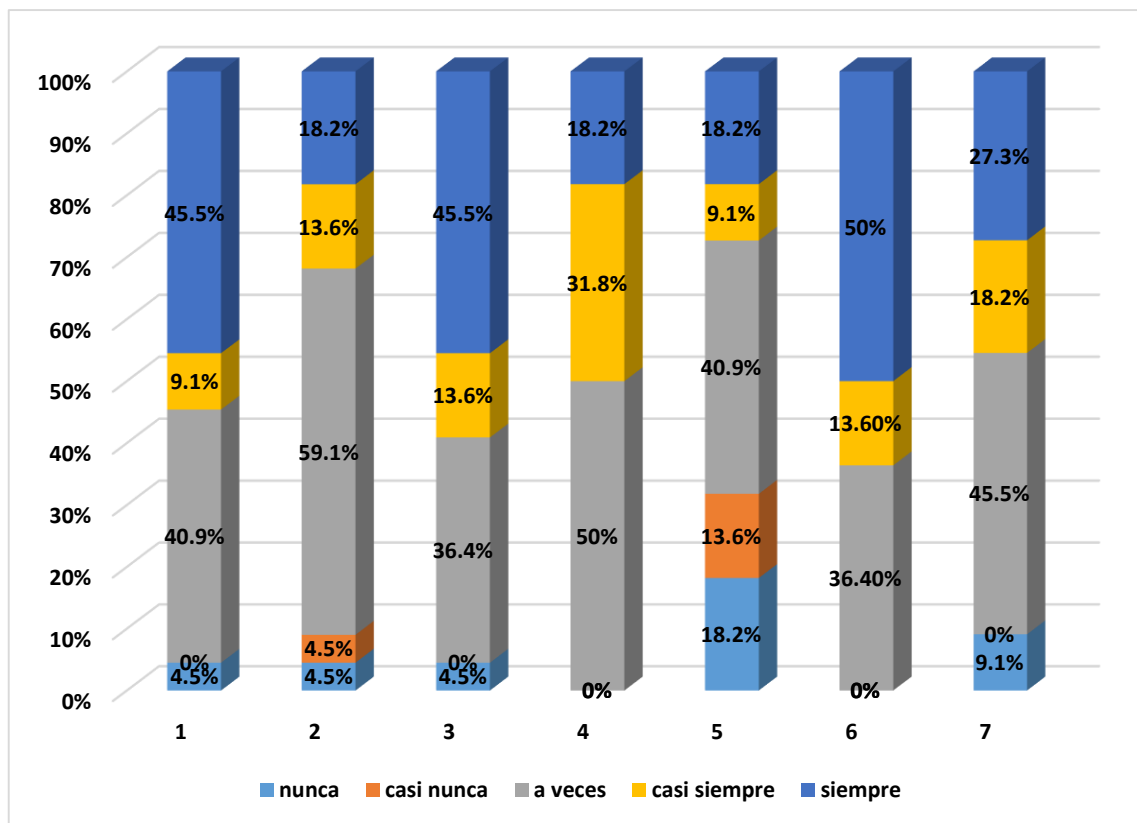
Tabla 7.

*Dimensión normativa:*

	Nunca	casi nunca	a veces	casi siempre	siempre	Total
Cuando me asignan alguna tarea en específico dentro de mi institución, con frecuencia no la culmino esperando que otro la culmine.	4,5%	0%	40,9%	9,1%	45,5%	100%
Creo que renunciar ante un situación desfavorable me haría sentir culpable.	4,5%	4,5%	59,1%	13,6%	18,2%	100%
Me siento obligado a permanecer dentro de esta institución debido a que ellos me eligieron.	4,5%	0%	36,4%	13,6%	45,5%	100%
Sería duro para mí dejar la institución donde trabajo, incluso si no quisiera hacerlo.	0%	0%	50%	31,8%	18,2%	100%
Considero que ciertos planes en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi institución.	18,2%	13,6%	40,9%	9,1%	18,2%	100%
Con frecuencia creo que le debo mucho a mi institución.	0%	0%	36,40%	13,60%	50%	100%
Considero que no tengo un vínculo de permanencia dentro de la institución	9,1%	0%	45,5%	18,2%	27,3%	100%

*Fuente:* Resultados obtenidos del software SPSS.

### Resultados del Pre Test Dimensión normativa



*Fuente:* Elaboración propia

**Figura 3.** De acuerdo a las preguntas tomadas en esta Dimensión Normativa que son la Reciprocidad con la empresa, Obligaciones y valores, los colaboradores respondieron con el mayor porcentaje en “A veces”, esto significa que se sienten en la obligación de pertenecer a la Distribuidora, sintiéndose culpables si la dejarán, aunque esto ocurre porque en las áreas la unión entre compañeros es fuerte y el compromiso es más con los compañeros que con la organización. También se concluye que los trabajadores no sienten estar en deuda con la organización, puesto que todo el trabajo realizado y los conocimientos obtenidos es fruto de su esfuerzo.



**OBJETIVO ESPECÍFICO 02. Diseñar y aplicar un plan de estrategias de comunicación interna a los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.-Chiclayo, 2018.**

Tabla 8.

*Diseño de Estrategias de Comunicación Interna*

ESTRATEGIAS	TEMA	ACTIVIDADES	MATERIALES	TIEMPO/ FECHAS	RESPONSABLE	RESULTADOS
Fortalecimiento de los medios de comunicación interna.	LA COMUNICACIÓN INTERNA, UNA HERRAMIENTA PARA MEJORAR EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL	Dar a conocer la Administradora de la DISTRIBUIDORA DROGUERIA PRHYMA S.A.C– Chiclayo, sobre el contenido de los talleres de comunicación interna para los colaboradores, explicándole los temas a tratar, las dinámicas y las políticas que aportaran a la mejora del compromiso organizacional de los colaboradores de la organización.	PIZARRA, CARTULINA, PLUMONES, LAPICEROS, MOSQUITOS INFORMATIVOS	45 Minutos 19/20/2018	LA INVESTIGADORA	Dar a entender a los colaboradores como una adecuada comunicación entre ellos pueden mejorar muchos aspectos dentro de la organización como el compromiso ya que de esta manera ellos podrán saber lo que sucede en la organización y ayudar alcanzar los objetivos y metas.
Difusión periódica de información.	CONOCIENDO LOS TIPOS DE COMUNICACIÓN QUE UTILIZO	Poner en marcha la aplicación de estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional de los colaboradores de la organización, utilizando dinámicas para que ellos tomen los talleres como relajarse de sus actividades diarias y con esto saber de una visión más amplia lo que se quiere lograr.	CARTULINA, PIZARRA. PLUMONES, LAPICEROS, PAPEL,PAPELOTE S, MOSQUITOS INFORMATIVOS	1 Hora 26/10/2018	LA INVESTIGADORA	Dar a conocer cuáles son las estrategias que se quiere desarrollar a cada participante, e identificar la importancia de comunicarse de manera adecuada y efectiva para el cumplimiento de cada uno de sus labores.
Participación activa de colaboradores en los medios de comunicación interna	AFINANDO MIS HABILIDADES DE COMUNICACIÓN	Se realizará el taller a los colaboradores de la empresa DISTRIBUIDORA DROGUERIA PRHYMA S.A.C, utilizando dinámicas para que ellos tomen los talleres como relajarse de sus actividades diarias y con esto saber si los talleres aplicados están dando buenos resultados para la organización y ellos mismos.	CARTULINA, PIZARRA. PLUMONES, LAPICEROS, PAPEL,PAPELOTE S, MOSQUITOS INFORMATIVOS, PELOTA, FRANELA	50 Minutos 29/10/2018	LA INVESTIGADORA	Proporcionar a cada participante la retroalimentación necesaria reforzando las debilidades que tengan respecto al tipo de comunicación que deben utilizar para lograr alcanzar los objetivos y metas propuestas, además de como esto puede ayudar a que los miembros de la organización sepan lo que se realiza dentro de la organización.

*Fuente:* Elaboración propia

## RESULTADOS DE POST-TEST

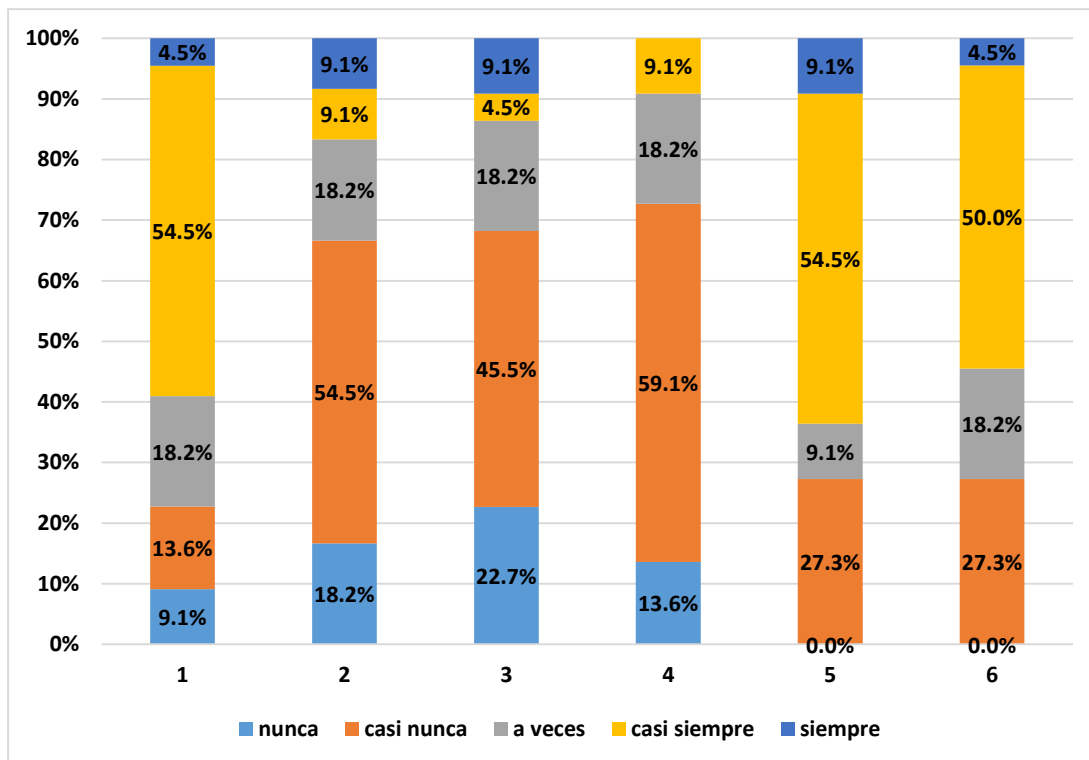
Tabla 9.

*Dimensión emocional*

	Nunca	casi nunca	a veces	casi siempre	Siempre	total
Me siento plenamente identificado con la institución cuando existen problemas.	9,1%	13,6%		54,5%	4,5%	100%
Ante la presencia de un problema en la institución me comprometo a dar lo mejor de mí para solucionarlo.	18,2%	54,5%	18,2%	9,1%	9,1%	100%
Considero que las labores que desempeño dentro de mi institución las siento más como obligaciones que como un aporte	22,7%	45,5%	18,2%	4,5%	9,1%	100,00%
Ante una nueva oferta laboral, terminaría el vínculo con mi institución de manera inmediata.	13,6%	59,1%	18,2%	9,1%		100%
Creo que la institución donde laboro genera un vínculo afectivo intenso que me permite identificarme plenamente con ella	0,0%	27,3%	9,1%	54,5%	9,1%	100%
Cuando manejo información confidencial de la institución con frecuencia demuestro mi lealtad siendo reservado en el procesamiento de la misma.	0,0%	27,3%	18,2%	50,0%	4,5%	100%

*Fuente:* Resultados obtenidos del software SPSS.

### Resultados del Post Test Dimensión emocional.



*Fuente:* Elaboración propia

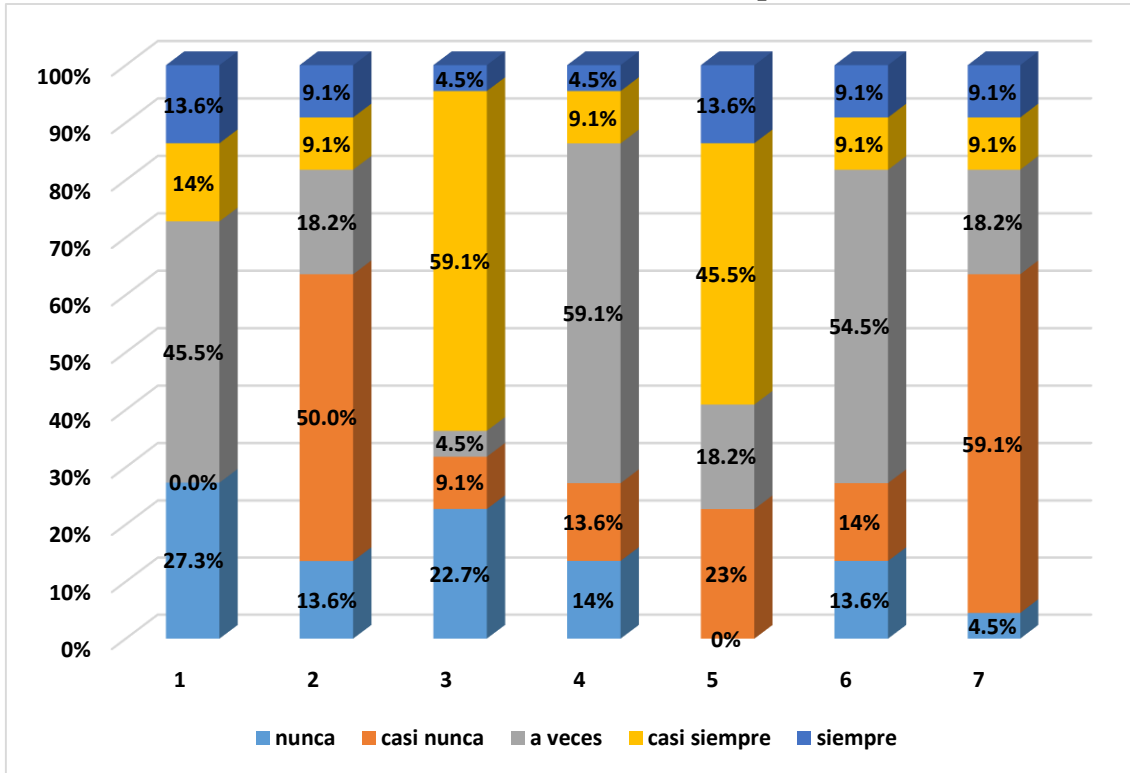
**Figura 4.** Después de haber aplicado los talleres a los colaboradores los resultados con respecto a la dimensión emocional cambiaron ya que ahora son positivos, se realizaron actividades acerca de la implicación y lealtad que estos tienen con la empresa esto hizo que ellos sientan que son importantes para organización, se observa en la figura 4 que el porcentaje es distinto, ya que predomina el “casi nunca” con el mayor porcentaje con respecto a lo que hace que la empresa no progrese y con preguntas vinculadas a los intereses de la empresa están identificados.

Tabla 10.  
*Dimensión comportamental*

	Nunca	casi nunca	a veces	casi siempre	siempre	total
Considero que las pocas alternativas de trabajo que existen en el mercado laboral, generan mi permanencia dentro de mi institución.	27,3%	0,0%	45,5%	14%	13,6%	100%
Pienso que la permanencia en la institución está sujeta a encontrar un nuevo puesto de trabajo fuera de ella, pero con mejores condiciones laborales.	13,6%	50,0%	18,2%	9,1%	9,1%	100%
Siento la obligación moral de permanecer en la institución, por eso continuo trabajando en ella	22,7%	9,1%	4,5%	59,1%	4,5%	100%
Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta institución	14%	13,6%	59,1%	9,1%	4,5%	100%
Disfruto hablando de aspectos positivos de mi empresa con gente que no pertenece a ella.	0%	23%	18,2%	45,5%	13,6%	100%
Aunque fuera ventajoso para mí, no siento que sea correcto renunciar a la institución por todo lo que me ha dado hasta ahora.	13,6%	14%	54,5%	9,1%	9,1%	100%
Para renunciar a la organización mis compañeros tienen alguna influencia sobre mi decisión	4,5%	59,1%	18,2%	9,1%	9,1%	100%

*Fuente:* Resultados obtenidos del software SPSS.

### Resultados del Post Test Dimensión comportamental.



*Fuente:* Elaboración propia

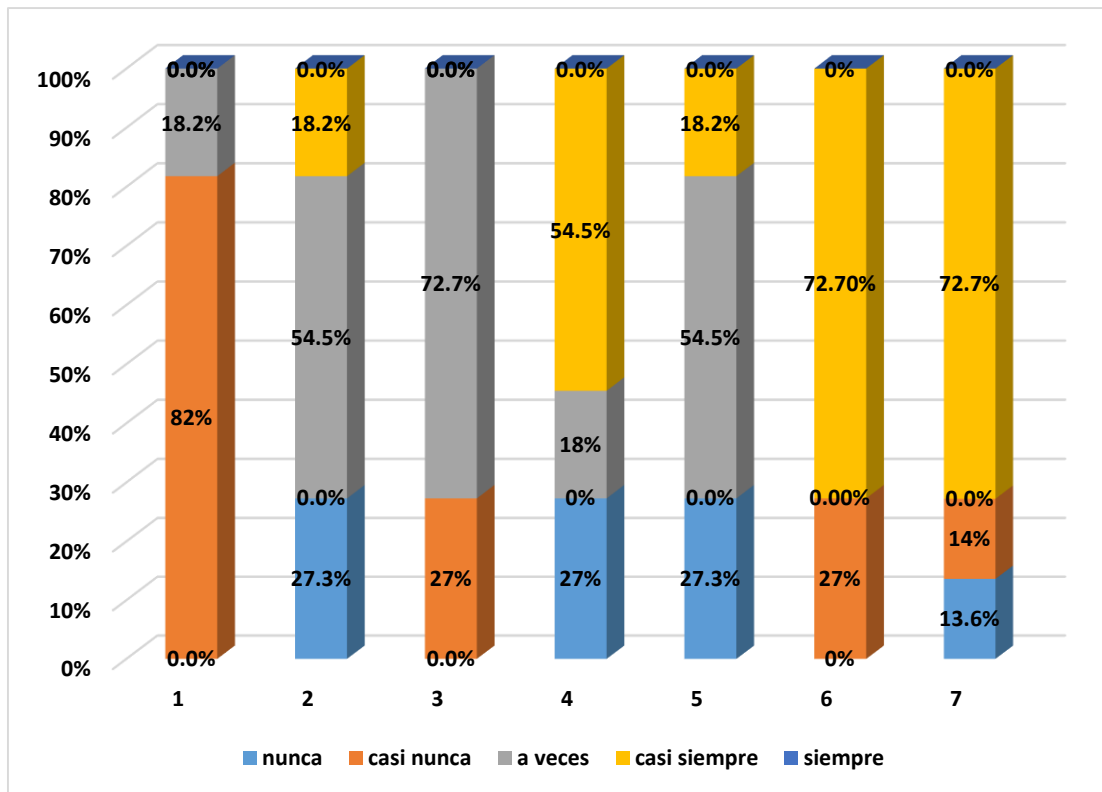
**Figura 5.** Se puede observar que en esta dimensión los colaboradores ya no sienten su permanencia en la organización como una obligación, además que están mucho más involucrados con las actividades que realizan, no están dispuestos a buscar otro trabajo así fuese por la situación buena o mala en la organización, ellos saben que son indispensables y que con cada labor que realizan aporten de una manera positiva al desarrollo de la organización y con están satisfechos

Tabla 11.  
*Dimensión Normativa*

	Nunca	casi nunca	a veces	casi siempre	siempre	total
Cuando me asignan alguna tarea en específico dentro de mi institución, con frecuencia no la culmino esperando que otro la culmine.	0,0%	82%	18,2%	0,0%	0,0%	100%
Creo que renunciar ante un situación desfavorable me haría sentir culpable.	27,3%	0,0%	54,5%	18,2%	0,0%	100%
Me siento obligado a permanecer dentro de esta institución debido a que ellos me eligieron.	0,0%	27%	72,7%	0,0%	0,0%	100%
Sería duro para mí dejar la institución donde trabajo, incluso si no quisiera hacerlo.	27%	0%	18%	54,5%	0,0%	100%
Considero que ciertos planes en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi institución.	27,3%	0,0%	54,5%	18,2%	0,0%	100%
Con frecuencia creo que le debo mucho a mi institución.	0%	27%	0,00%	72,70%	0%	100%
Considero que no tengo un vínculo de permanencia dentro de la institución	13,6%	14%	0,0%	72,7%	0,0%	100%

*Fuente:* Resultados obtenidos del software SPSS.

### Resultados del Post Test Dimensión Normativa



*Fuente:* Elaboración propia

**Figura 6.** De acuerdo a las preguntas en la dimensión normativa, su estancia en la organización ya no se debe mucho la vínculo de amistades, respeto o consideración ellos quieren seguir en la empresa, esto hace que se esfuercen por lograr alcanzar los resultados y se preocupan por la situación de la empresa y demuestran lo mejor de ellos para afrontar cualquier circunstancia.

## 1.2.Comparación de Pre y Post Test

Con el fin de lograr el **Tercer Objetivo Específico** que fue Comparar el compromiso organizacional en los trabajadores después de la aplicación de las estrategias de Comunicación interna en la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C, se obtuvo lo siguiente:

DIMENSIONES	INDICADORES	RESULTADOS PRE TEST					RESULTADOS POST TEST				
		NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
<b>DIMENSION EMOCIONAL</b>	Identificación	22.7%	9.1%	45.5%	13.60%	9.10%	9.1%	26.4%	18.2%	8.6%	37.7%
	Implicación	4.5%	45.6%	15.1%	18.20%	16.60%	18.5%	45.5%	27.50%	4.00%	4.50%
	Lealtad	4.5%	16.0%	56.8%	13.60%	9.10%	0.0%	27.3%	16.5%	10.6%	45.6%
<b>DIMENSION COMPORTAMENTAL</b>	Necesidad de trabajo	9.1%	33.33%	36.4%	13.6%	16.67%	13.6%	35.6%	28.0%	9.2%	13.6%
	Opciones laborales	0.0%	22.0%	24.3%	12.80%	40.90%	22.7%	13.6%	36.7%	6.7%	20.3%
	Permanencia en la empresa	9.6%	13.6%	35.5%	18.60%	22.70%	13.6%	36.5%	31.7%	9.1%	9.1%
<b>DIMENSION NORMATIVA</b>	Reciprocidad con la empresa	4.5%	5.6%	39.9%	36.40%	13.60%	2.3%	36.0%	54.1%	0.0%	7.6%
	Obligaciones	4.5%	0.0%	36.4%	35.50%	23.60%	27.0%	0.0%	36.5%	36.5%	0.0%
	Valores	9.1%	0.0%	35.6%	41.70%	13.60%	13.6%	31.2%	0.0%	55.2%	0.0%

*Fuente:* Elaboración propia

En los resultados del pre test se muestran como los colaboradores no están totalmente comprometidos con la organización esto hace que el porcentaje sea muy bajo con respecto a las tres dimensiones que se están midiendo con respecto a esta variable, la primera dimensión que es la emocional que relaciona la implicación, identificación y lealtad, estos manifiestan que realizan sus labores solo por obligación no saben además que con cada labor que realizan ayudan al desarrollo de la organización y poder alcanzar los objetivos planteados, en la Dimensión Comportamental que son necesidad de trabajos, opciones labores y permanencia en la institución, se observa que ellos solo siguen en la empresa porque tienen temor de no encontrar un puesto igual o similar de trabajo, además si renuncian no tienen con qué subsistir y esto hace que su permanencia en la organización esto favorable para la organización pero por otra parte ya que solo están ahí como una opción no porque ellos lo quieran, por último en la dimensión normativa que incluye reciprocidad con la empresa, obligaciones y valores, manifiestan que sienten una deuda con la empresa por haber contratado esto hace que sientan un obligación de poder quedarse, además el vínculo es con los compañeros y esto hace su permanencia con la empresa.



Tomando todo eso se pudieron aplicar las estrategias de comunicación interna a través de talleres y actividades a los colaboradores, con el objetivo de mejorar el compromiso de ellos con la organización, des pues de esto se aplicó otro cuestionario donde se vio la mejora.

En el post Test se pudo observar un cambio en las tres dimensiones, en la dimensión emocional ellos sienten que son importantes para organización, mucho más implicados con la organización tomando como propios los objetivos y metas sabiendo que con cada actividad que realizan es un aporte para alcanzar los objetivos, con respecto a la dimensión normativa ya no sienten su permanencia en la organización como una obligación, además que están mucho más involucrados con las actividades que realizan, no están dispuestos a buscar otro trabajo así fuese por la situación buena o mala en la organización, en la dimensión normativa estancia en la organización ya no se debe mucho la vinculo de amistad, respeto o consideración ellos quieren seguir en la empresa, esto hace que se esfuercen por lograr alcanzar los resultados.

#### IV. DISCUSIÓN

Aplicando las Estrategias de Comunicación interna se obtuvieron resultados favorables en la mejora del compromiso organización de los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C., esto es, los colaboradores estuvieron más comprometidos con los objetivos de la empresa, corroborando estos resultados en la aplicación de talleres y actividades con respecto a una mejor comunicación entre los miembros de esta. Por lo tanto, se logró contrastar que la hipótesis positiva. Lo que se probó en esta investigación que este al utilizar estrategias de comunicación interna si ayuda a mejorar el compromiso de los colaboradores. Luis Puchol (2007) nos dice que importante que los colaboradores sepan en qué pueden contribuir para el desarrollo de la organización entre los cuales esta mejorar el compromiso de la organización y alcanzar los objetivos, quien nos brinda herramientas para fortalecer la comunicación entre los miembros de una empresa.

En los resultados obtenidos en la investigación en el Pre Test, donde se observa que los colaboradores de la institución no utilizan una adecuada comunicación o información al momento de realizar sus laborales diarias, esto se pudo contrastar a través de la entrevista a la administradora quien brindo una visión amplia según su perspectiva de lo que sucede en la organización , el cual permitió elegir las estrategias necesarias de acorde a la mejora de la situación encontrada y de esta manera encontrar la mejor forma para poder aplicar, además los objetivos que se plantearon en esta investigación y el logro de estos.

A través del cuestionario se pudo apreciar que los colaboradores no están realmente comprometidos con la organización, según los datos obtenidos en la dimensión emocional, se pudo establecer que el 45.5% y 9.1% respectivamente demuestra que la muestra reconoce que “casi siempre” y “casi nunca” logran sentirse identificados con su institución; el 54.5% reconoce que “a veces” y 4.5% reconoce “nunca” se siente implicados en su institución, se; el 72.7% y 4.5% reconoce que “a veces” y “nunca” respectivamente, la institución genera un vínculo emocional con los empleados. Robbins y Judge (2009), indica que si un colaborador se identifica plenamente con una organización este tomara como suyos los objetivos, metas de ésta y los tomara como suyos preocupándose por la situación de la empresa, además Crespo (2016) reconoce que se tiene que identificar la percepción que los

trabajadores tienen del compromiso organizacional esto influye también tales como como: remuneración, género, nivel de puesto y turno.

Se pudo rescatar que con respecto a la dimensión comportamental, de acuerdo a los datos obtenidos el 45.5% y el 4.5% respectivamente de los encuestados respondieron que “casi nunca” y “nunca” respectivamente las oportunidades laborales generan la permanencia de los trabajadores en la institución; el 31.8% y 13.6% respondieron “casi nunca” y “siempre” piensan que la permanencia en la institución se debe a las condiciones laborales que presentan; el 45.5% respondió que “a veces”, y 9.1% de los encuestados respondieron “nunca” sus amigos tienen influencia sobre sus decisiones en cuanto a una renuncia a su organización. Meyer y Allen (1990), nos dice que, si algún miembro de la organización tiene un mayor vínculo con la empresa, este tiene una gran motivación, ya que estos contribuyen positivamente con la organización. De la Puente (2017), nos dice que es importante que si el colaborador se sienta motivado por ende su identificación o compromiso con la organización será mayor de esta manera se pueden obtener mejores resultados en las actividades encomendadas.

De acuerdo a los datos obtenidos con la dimensión normativa, se observa que el 45.5% y 4.5% respectivamente de los encuestados respondió que “siempre” y “nunca” termina con sus tareas establecidas, el 50% respondieron que “a veces” y el 18.2% “siempre” se sentiría afectado si deja su trabajo, el 50% y 13.6% de los encuestados respondieron que “siempre” y “casi siempre” siente que le debe muchas cosas a su institución. Carbajal (2015), indica que gran parte de los colaboradores no conocen las funciones que realiza cada uno de sus áreas este es motivo por el cual prefieren recurrir a otras fuentes como compañeros o directores de área ya se existe mucha más confianza, haciendo los lazos de amistad lo que predomina en una organización. Rodríguez, Zarco y Gonzáles (2009), el trabajador siente un fuerte sentimiento de obligación de permanecer a la empresa, este sentimiento suele ser por la formación de valores como la lealtad, esto hace que confundan el compromiso con una deuda que tienen con la organización.

En los resultados obtenidos en el post test, con respecto a la dimensión emocional se pudo establecer que el 54.5% y 4.5% demuestra que la muestra reconoce que “casi siempre” y “siempre” logran sentirse identificados con su institución; el 54.5% y 9.1% reconoce que “casi siempre” y “siempre” respectivamente se siente implicados

en su institución. Villafañe (2011), es indispensable para el éxito de cualquier organización, si se promueve una cultura de comunicación en la empresa donde este sea algo cotidiano y natural. En los resultados que obtuvo Flores (2016) en el que se aplicó un modelo de comunicación corporativa interna, se logró determinar la influencia de dicho modelo, el cual realidad de la empresa el cual tuvo un impacto positivo a los colaboradores, este modelo planteo cambios que ayuden alcanzar los objetivos organizacionales

Con respecto a la dimensión comportamental, de acuerdo a los datos obtenidos el 45.5% y el 13.6% respectivamente de los encuestados respondieron que “a veces y “siempre” las oportunidades laborales generan la permanencia de los trabajadores en la institución; el 50% respondieron que “casi nunca y 9.1% respondieron “casi siempre” piensan que la permanencia en la institución se debe a las condiciones laborales que presentan; el 59.1% y 4.5% de los encuestados respondieron que “casi nunca” y “siempre” respectivamente que sus amigos tienen influencia sobre sus decisiones en cuanto a una renuncia a su organización. Kreps, (1990), afirma que se debe hacer saber a cada trabajador la importancia de su trabajo y cuento esto contribuye a lograr los objetivos propuestos. Carbajal (2015), Con la implementación de un plan comunicación interna si influirá positivamente en el desarrollo de la organización, lo que implica poder alcanzar no solo las metas del área donde se encuentran sino también de los de la empresa

En la dimensión normativa se encontró que el 54.5% y 18.2% respondió que “a veces” y “casi siempre” su renuncia a su institución les haría sentir culpables respectivamente, el 72.7% y 27% respondió que “a veces” y “casi nunca” respectivamente se sienten obligados a permanecer en esa institución, el 72.7% y 13.6% considera que “casi siempre” y “siempre” respectivamente, existe un vínculo de permanencia en su institución. Porret (2010) indica que lograr una buena comunicación permite crear un clima de confianza con la gerencia donde se pueda saber los deseos, aspiraciones y peticiones del personal al fin de adoptar medidas adecuadas para el bienestar de la organización. Armas (2014), determino que la comunicación interna favorece también el clima laboral, este hecho se refleja en la manera en la que se les comunican a los colaboradores la información necesaria para realizar sus actividades diarias y en los resultados positivos que se desean esperar.

## **V. CONCLUSIONES**

Las estrategias de comunicación interna propuesta por la investigadora tuvieron un impacto positivo en el compromiso de los colaboradores de la empresa; logrando mejorar su rendimiento, evidenciado en muestras positivas en cuanto a sus actitudes de comportamiento y comunicación entre ellos mismos, además que esto hace que logren integrarse de una mejor manera y así poder involucrarlos fomentando una rápida toma de decisiones y poder lograr los objetivos estratégicos de una organización.

En la organización se identificó un aspecto deficiente que fue el compromiso organizacional en los colaboradores, para esto fue necesario conocer en una visión más amplia de lo que sucedía en la organización, ya que se tuvieron que realizar instrumentos de evaluación para poder detectar la realidad en la que estuvo la empresa, estos no solo se le realiza la administradora sino también a los colaboradores.

A partir del problema encontrado y el aporte de los colaboradores se pudo realizar una ruta específica para el diseño de las estrategias de comunicación interna que se realizó a través de talleres y actividades que involucró a todos los miembros de la organización, las teorías de comunicación interna encontradas fueron la base para poder implementar en cada proceso que se realizaron las estrategias, además la entrevista que ayudo a descartar las estrategias que ya utilizaba la organización.

Las estrategias de comunicación interna aplicada a los colaboradores fueron de ayuda en el compromiso de cada uno de ellos ya que a través de esto se pueden comunicar de una mejor manera no solo con sus compañeros del área donde se encuentran sino con cada uno de los miembros de la organización, de esta manera pueden realizar sus labores de una manera más eficaz, ya que ellos se sienten más seguros al momento...o de realizar sus actividades sabiendo que con esto aportan al crecimiento de la organización y que son fundamentales para esta.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Los colaboradores deben mantener una dialogo continuo no solo de cosas personales sino también de los planes y objetivos que tienen en la institución, dar a conocer la misión, visión, objetivos y valores institucionales, para que ellos no solo cumplan con sus tareas laborales si no también poder lograr las metas organizaciones, que ellos sepan que con cada labor contribuyen al crecimiento de la empresa.

Realizar talleres o capacitaciones donde ellos puedan integrarse de una manera espontánea que permitan fortalecer los lazos laborales, ya sea de motivación, liderazgo o algún otro tema similar, que además ellos sientan que la organización se preocupa por el desarrollo de cada uno de ellos, y así ellos pueden realizar sus actividades de otra manera que no sea una obligación o presión constante.

Hacer actividades extra laborales como paseos, campamentos, reuniones donde puedan llevar a sus familias ya que por temas laborales no comparten mucho tiempo con ellos, esto permitirá que mejore la confianza de pedir o dar alguna información ya se laboral o personal, con esto los colaboradores saben que pueden tener una motivación y así realizar sus actividades de una mejor manera.

Se recomienda tener en cuenta los resultados de la presente investigación, a fin de poder resolver inconvenientes que pueden suscitarse en la organización, esto hace que al aplicar actividades o talleres los miembros de la organización sentirse identificados plenamente con su puesto de trabajo y con la institución, pudiendo así lograr los objetivos y metas planteadas.

## **VII. PROPUESTA**

### **7.1.INFORMACIÓN GENERAL**

#### **A) RESEÑA HISTORICA**

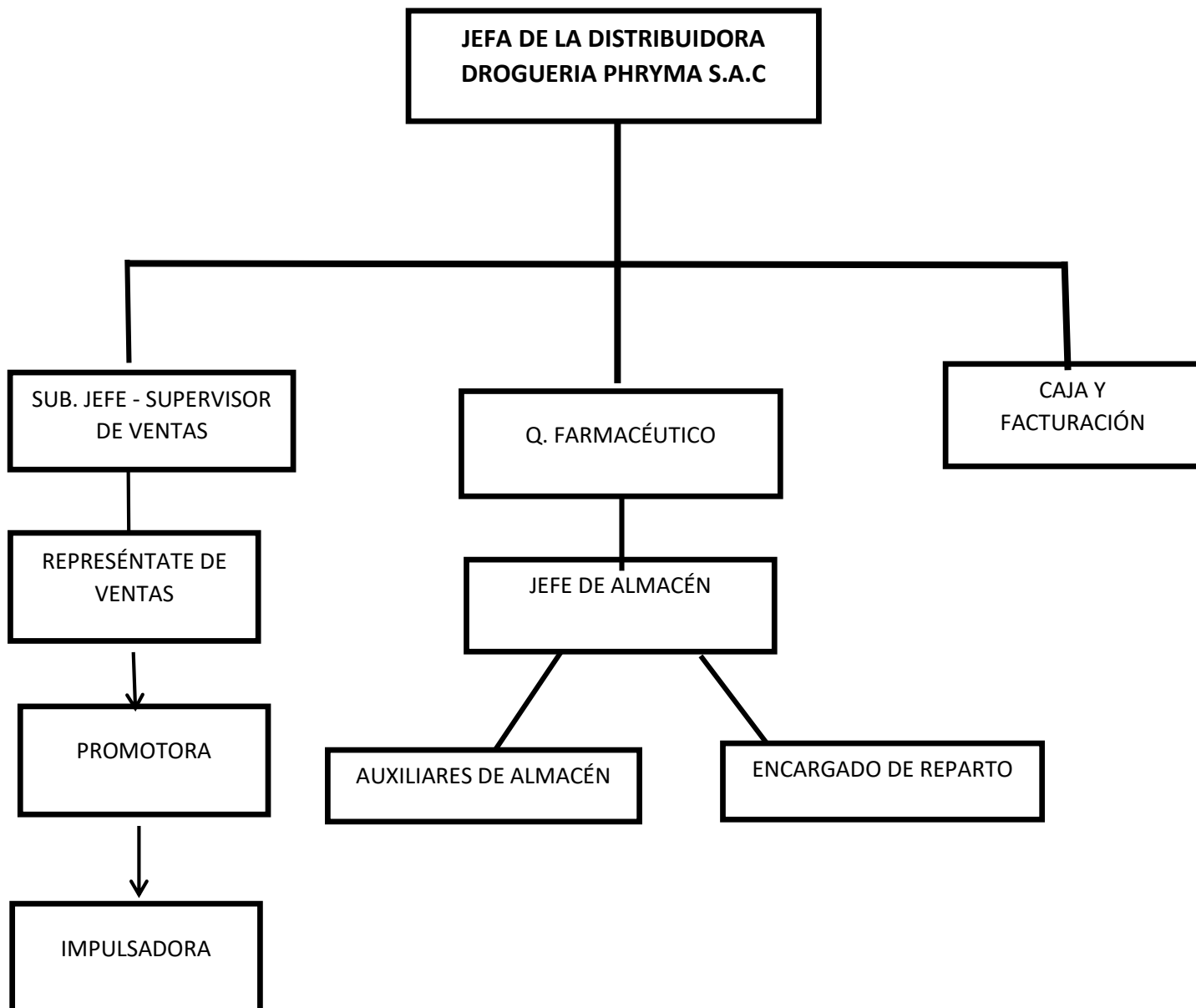
La Distribuidora Droguería PHRYMA S.A.C se fundó el 2 de marzo del 2002 con RUC 20454197209 bajo el concepto de ser una tienda para ventas hacia el público de productos de perfumería lo que quiere decir ventas por menudeo (ventas por unidad), esta idea fue del dueño de la empresa, quien comenzó así con tres trabajadores en las áreas de: Almacén, repartidor, Facturación y Ventas.

La cual con el transcurrir del tiempo la distribuidora estuvo ubicada en av. Balta en un lugar más amplio; es allí donde se apertura las ventas de operaciones, estando bajo la dirección de la Administradora la Señora Maritha Fox Aguilar, dándole un giro diferente con el rubro de distribución y ventas, por otro lado debido a este rotundo giro la empresa comenzó a distribuir a boticas, farmacias, distribuidores, mayoristas y perfumerías del departamentos de Lambayeque, Cajamarca, Amazonas, Piura, Tumbes, San Martín con cobertura horizontal, llegando a cada punto más recóndito de cada zona.

A medida que fue avanzando el tiempo las ventas fueron aumentando cada vez más teniendo que incrementar las planillas por lo que género que su cartera de clientes sea más amplia, por ello fue que se tuvieron que trasladar a otro local más grande.

Actualmente la Distribuidora Droguería PHRYMA S.A.C, tiene una moderna infraestructura, así mismo cuenta con 15 colaboradores, contando con personas sumamente responsables, brindándole una buena calidad de servicios a los clientes. La distribuidora actualmente se encuentra ubicada en el parque industrial Mz “B” lote “1” Pimentel-Chiclayo, con un área de 1200 m<sup>2</sup> lo que quiere decir que lo que empezó con una tienda pequeña se convirtió en uno de las más grandes distribuidoras del departamento de Lambayeque, la cual tiene como lista productos de las líneas: Farmacéuticos, Galénicos, Perfumería, Línea de bloqueadores y Productos comerciales.

## B) Organigrama



*Fuente: MOF de la Empresa Distribuidora Drogueria Phryma S.A.C.*



## **C) DIAGNÓSTICO**

### **1. Ambiente Interno**

#### **a) Fortalezas**

- Amplia gama de productos ofrecidos a clientes, permitiendo un alcance mayor dentro de la industria farmacéutica.
- Sistema de atención y seguimiento oportuno a las solicitudes de clientes, logrando una entrega en tiempo inmediato de los productos requeridos.
- Desarrollo de una política de precios que cubre las necesidades actuales del mercado farmacéutico.

#### **b) Debilidades**

- Falta de comunicación entre el personal de áreas de atención.
- Falta de conocimiento en el uso del programa instalado en las computadoras (SAP).
- No se cuenta con un personal de seguridad.

### **2. Ambiente Externo**

#### **a) Oportunidades**

- Tener como soporte a una empresa grande “PORTUGAL”, que nos permite distribuir variedad de productos a distintas ciudades.
- Poseer la distribución exclusiva de las líneas de laboratorios Portugal.
- Contamos con una amplia red de clientes en las zonas de Chachapoyas, Tarapoto, Cajamarca, Jaén, Amazonas, Trujillo, Piura, tumbes, entre otras.

#### **b) Amenazas**

- Dictámenes de nuevas normativas que impacten el escenario actual de funcionamiento del negocio.
- El no contar con un químico farmacéutico capacitado para la verificación de los medicamentos en mal estado.
- Salida al mercado de nuevos productos sustitutos.
- La creación de nuevas empresas en Chiclayo dedicadas al mismo rubro.

### 3. Análisis de entorno Interno

#### a) Factor Político:

Según el diario La República en una publicación hecha el 30 de enero del 2018, titulada “Concentración de farmacias reducirá empleo y subirá precios”, comento que: El principal riesgo de todas las farmacias es la subida de precios al cliente, además se reconoció la necesidad de otorgar más facultades a INDECOPI para tener un mejor control en este sector. según una encuesta aplicada en el año 2014, el mayor porcentaje de peruanos obtienen sus medicamentos mediante farmacias y boticas.

#### Análisis:

Es desfavorable para la empresa ya que si disminuyen los puestos de trabajo y aumentan los precios los establecimientos farmacéuticos no van a adquirir los mismos productos que solían pedir por falta de ingresos y por ende la empresa no va a obtener la misma liquidez a comparación de meses anteriores

#### b) Factor Económico:

- Según El diario Gestión en su publicación hecha el 05 de septiembre del presente año: “SNI propone tres medidas para impulsar recuperación de industria farmacéutica”, comento que: se debe tener en cuenta 03 claves para que el sector farmacéutico se pueda promover y de esta manera sobresalir.

Tales acciones son: Revelar de manera publica el sistema de compras, Mejorar el control de calidad de los productos farmacéuticos, Tener un trato tributario igual para los medicamentos nacionales y extranjeros.

Si se toman en cuenta estas estrategias puede obtener mejores resultados para las empresas del rubro.

#### Análisis:

Esto para La Distribuidora Droguería PHRYMA S.A.C; es muy beneficioso ya que si su principal proveedor que es Laboratorios Portugal lo toma en cuenta y lo llega aplicar puede tener mucha más

rentabilidad y no solo se beneficiarían ellos como empresas sino también a los mismos clientes y poder otorgarles productos más baratos, haciendo que ellos los vean como su primera y única opción que es lo que se quiere.

#### **c) Factor Social**

- Según el diario gestión en una publicación hecha el 22 de febrero del 2018, titulada “En 30 días se pone fin al desabastecimiento de medicamentos genéricos en hospitales del Minsa”, Se abastecerá medicamentos genéricos y otros insumos de manera continua a los establecimientos farmacéuticos del ministerio.

La demora en los trámites para poder hacer los requerimientos de los productos, fue lo que originó el desabastecimiento de ciertos productos, panorama que espera

#### **Análisis:**

Esta noticia para las personas que cuenten con un seguro integral es beneficioso ya que algunos de estos no tienen posibilidades económicas para poder comprar algún tipo de medicamento y a la vez al mismo laboratorio.

#### **d) Factor Tecnológico**

- Según el diario Gestión en una publicación hecha el 12 de julio del presente año “Amazon tiene aspiraciones globales en mercado de insumos médicos”, comento que: La mayor compañía online del mundo busca contratar a una persona que cree una relación directa con el proveedor y el cliente final, según una publicación en su sitio web, lo que se pretende hacer es: convertir el sector de salud al vender productos a hospitales y médicos, además de venta con receta a través de internet.

**Análisis:**

Es favorable ya que ellos pueden vender los productos que están en nuestra línea y de esta manera ser mucho más reconocidos no solo al nivel nacional si no al nivel mundial, además poder obtener rentabilidad y que los clientes puedan solicitar los productos desde su propio teléfono o en sus computadoras o laptop cuando a ellos mejor les parezca.

**e) Factor Ecológico:**

Según la revista Compromiso Empresarial hecha el 18 de julio del 201, que llevo como título “El cuidado del medio ambiente, clave para un sector farmacéutico sostenible”, nos dice que; La conservación y el cambio climático se han convertido para las empresas farmacéuticas es una verdadera alianza estratégica.

La preservación del medio ambiente se convierte en una clave para este sector, puesto que tiende a ser una importante actividad industrial que depende de los recursos naturales.

**Análisis:**

Como lo dice todos los productos que se elaboran y llegan a los clientes, con siempre pensando en el medio ambiente ya que todos están comprometidos con el cuidado y concientización, es por ello que uno de su primordial objetivo, sabiendo que se depende de la naturaleza para que se puedan elaborar los productos.

**4. Análisis del entorno Externo**

**a) Competidores potenciales**

Para ingresar en esta industria farmacéutica no es tan fácil, ya que muchos de estos medicamentos ya están en el mercado reconocidos, esto hace que los clientes tengan desconfianza al momento de utilizarlo, ya que saben que el que utilizan normalmente actúa de la forma que ellos quieren, además los mismos doctores ya saben que recetar para cualquier molestia que ellos tengan.

#### **b) Clientes**

Los clientes de la “DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.”, son los Establecimientos Farmacéuticos, Distribuidora y droguerías, Bazar, Perfumerías, que cuentan con los permisos y licencias establecidos por la SUNAT, SUNARP Y DIGEMID, que acrediten que son adecuados para la venta de productos farmacéuticos de la ciudad de Chiclayo, Cajamarca, Piura, Ica, etc.; algunos de ellos son:

- Distribuidora Farma Perú S.A.C.
- Botica Salud y Vida
- Medical Drug S.A.C
- PROMEDIC S.A.
- Botica 4B Multicons S.A.
- NORTFARMA S.A.C
- Droguería Mi Jesús S.A.C.

#### **c) Productos sustitutos**

Dentro de los productos sustitutos que pueden reemplazar lo que ofrece la “DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.”, es la medicina alternativa o naturales que se ofrecen en los mercados incluso en algunas boticas, los clientes lo adquieren a un precio más barato que el de una medicina, haciendo que muchas veces por falta de dinero solo recurran a este como mejor opción y como una manera más natural.

#### **d) Proveedores**

Para la “DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.”, que es una empresa que se encarga de distribuir productos farmacéuticos a los diferentes establecimientos ya sean boticas, farmacias, perfumerías, etc., esta solo tiene un único proveedor que es “LABORATORIOS PORTUGAL E.I.R.L”, ya que es una sucursal de esta gran institución y por ende solo comercializa productos elaborados exclusivamente de ellos como: Genéricos Naturgen, Línea Comercial Portugal, Cosméticos Portugal, Floresta, Bahía, etc.

#### **e) Competidores existentes**

Las competencias existentes para la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C. son todas aquellas que brindan el mismo servicio de distribución de medicamentos a todos los lugares de Perú como:

- Distribuidora Farma Perú S.A.C.
- Distribuidora Rodríguez Pharma S.A.
- Distribuidora Farma Salud
- Medical Drug S.A.C
- Grupo Lives S.A.
- Droguería Unión S.A.C
- Droguería Mi Jesús S.A.C.
- PROMEDIC S.A.
- Distribuidora Bagó S.A.C.

#### **D) Misión, Visión y Valores**

##### **1. Misión**

La misión de la “DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.”; Es brindar productos farmacéuticos: medicamentos comerciales, genéricos, galénicos y productos sanitarios: cosméticos a clientes mayoristas y minoristas de las diversas zonas del departamento de Lambayeque y San Martín – Perú. Nuestros productos se caracterizan por ser de calidad, bajo costo y por estar al alcance de la necesidad de los clientes.

##### **2. Visión**

Para la “DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.” Es ser la droguería eficiente que los clientes desean, atenderlos con la calidad y calidez que sus requerimientos necesitan. Ser la droguería líder en la comercialización de productos farmacéuticos y sanitarios en la zona norte.

### **3. Valores**

Los valores que se manifiesta en la “DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.”; son:

- Compromiso
- Lealtad
- Responsabilidad
- Confianza
- Respeto
- Puntualidad

### **7.2.PRESENTACIÓN**

La aplicación de estrategias de Comunicación Interna pretende mejorar el compromiso organizacional de los colaboradores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C, para esto se tomarán en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los colaboradores, así mismo como la entrevista a la administradora, se identificaron problemas que se pretenden mejorar con la aplicación de estrategias, la cual tiene como enfoque principal, transmitir a los colaboradores un mensaje de lo importante que son para la institución.

Además, se pretende utilizar herramientas, para mejorar la información y comunicación entre las diferentes áreas de la organización como: almacén, ventas y administración; al mismo tiempo, realizar actividades recreativas o extra laborales que permitan crear sentido de identificación, para lograr que los colaboradores desempeñen sus labores con un mejor compromiso

Todos los colaboradores deben estar involucrados de esta manera no solo crear un espíritu de compromiso, lealtad e identificación con la empresa si no también crear un buen clima laboral de confianza donde se sientan motivados para lograr sus objetivos del área donde se encuentran junto a los de la empresa se vea relacionados.

### **7.3.CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROPUESTA/DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA**

Para Miguel Porret, la comunicación es una manera de establecer contacto con las demás personas por medio de ideas, pensamientos y conductas que busca que se de alguna reacción del comunicado que se emite. Persigue suscitar una respuesta o un comportamiento concreto en personas o grupos de personas después de a ver recibido algún tipo de información.

La comunicación interna en los últimos tiempos se ha convertido en un elemento que ayuda a lograr los objetivos de las organizaciones ya que todos los miembros de la empresa deben que es que se quiere llegar a lograr mes a mes, con esto se puede hacer la coordinación de tareas o actividades de las áreas de la empresa, saber que recursos utilizar para la obtención de los objetivos, con esto permite consolidar la propia identidad el compromiso para poder transmitir los valores compartidos por los colaboradores.

Aplicar estrategias de comunicación interna tienen como finalidad que los colaboradores de la empresa busquen informar o comunicar aquellas cosas o actividades pendientes, dudas o inquietudes que tengan; la comunicación dentro de una organización es una herramienta fundamental para que los miembros de ella sepan lo que ocurre dentro de ella de esta manera que se sientan más comprometidos y poder aportar con ideas o propuestas nuevas para el desarrollo de la organización.

### **7.4.OBJETIVOS**

#### **7.4.1. OBJETIVO GENERAL**

Implementar estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional en la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.



#### **7.4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Implementar nuevos canales y herramientas de comunicación interna que promuevan y difundan información necesaria a todo el personal.
- Ampliar los canales y las formas de comunicación interna que se utilizan en la organización.
- Generar actividades extra laborales para promover la integración del personal y el aumento del compromiso organizacional por parte de los colaboradores de la empresa.

#### **7.5.JUSTIFICACIÓN**

Las estrategias de comunicación interna pretenden mejorar el compromiso de los colaboradores, de esta manera busca que todos los miembros de la organización se sientan identificados con la empresa y de esta manera poder ver a su centro de trabajo como un hobby, además que todos sepan lo que ocurre dentro de la organización ya se cosas positivas o negativas, esto puede ayudar a que ellos puedan contribuir con la mejora de la misma.

Los colaboradores de cada área de la organización, mediante están nuevas herramientas de comunicación tendrán muchas más facilidades de poder comunicarse con sus compañeros y la administradora de la empresa sin que hubiera algún inconveniente, de esta manera poder ahorrar tiempo y de esta manera mejorar las relaciones laborales.

No solo es esta organización se puede mejorar la comunicación si no en cualquier empresa que tenga un problema igual o parecido, es necesario poder analizar la situación en la que se encuentra, si bien es cierto la mayoría de empresa utilizan una comunicación informal como solo decir en persona, pero son estas estrategias se puede brindar una información formal que los colaboradores se sientan que forman parte de la organización.

## **7.6. ESTRATEGIAS PARA IMPLEMENTAR LA PROPUESTA**

### **ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA:**

Para aplicar las estrategias de Comunicación Interna en la DISTRIBUIDORA DROGUERIA PRHYMA S.A.C., se realizará los siguientes talleres:

#### **TALLER 01:**

Dar a conocer la Administradora de la DISTRIBUIDORA DROGUERIA PRHYMA S.A.C– Chiclayo, sobre el contenido de los talleres de comunicación interna para los colaboradores, explicándole los temas a tratar, las dinámicas y las políticas que aportaran a la mejora del compromiso organizacional de los colaboradores de la organización.

#### **TALLER 02:**

Poner en marcha la aplicación de estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional de los colaboradores de la organización, utilizando dinámicas para que ellos tomen los talleres como relajarse de sus actividades diarias y con esto saber de una visión más amplia lo que se quiere lograr.

#### **TALLER 03:**

Se realizará el taller a los colaboradores de la empresa DISTRIBUIDORA DROGUERIA PRHYMA S.A.C, utilizando dinámicas para que ellos tomen los talleres como relajarse de sus actividades diarias y con esto saber si los talleres aplicados están dando buenos resultados para la organización y ellos mismos.

## DESCRIPCION DE LAS ESTRATEGIAS POR TALLERES

### TALLER 01: LA COMUNICACIÓN INTERNA, UNA HERRAMIENTA PARA MEJORAR EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL

#### FINALIDAD DEL TALLER:

Dar a entender a los colaboradores como una adecuada comunicación entre ellos pueden mejorar muchos aspectos dentro de la organización como el compromiso ya que de esta manera ellos podrán saber lo que sucede en la organización y ayudar alcanzar los objetivos y metas.

**Duración:** 45 Minutos

**Meta:** 20 colaboradores

ACTIVIDADES	MEDIOS Y MATERIALES	TIEMPO
<p>En este primer taller se expondrá todas la actividades, en este caso de dictaran 03 talleres donde se están utilizando estrategias de Comunicación interna, que se pretenden realizar a la administradora diciéndole que es lo que se quiere lograr con estas estrategias dentro de la organización y los colaboradores, el tiempo que se tomará en todos los talleres se tomara 1 hora, los temas a desarrollar para los talleres son Comunicación Interna y Compromiso Organización entre los colaboradores, dinámicas de Integración, Comunicación entre ellos mismos, El compromiso para realizar las cosas, coordinación y trabajo en equipo.</p> <p>Así mismo cuales son los objetivos de los talleres algunos cambios y aceptando algunas observaciones y detalles que quiere que se mejora o incluir en los talleres que se van a brindar.</p> <p>Posteriormente se les comunicara también a los colaboradores acerca de los talleres y todo lo expuesto a la administradora, mediante la</p>	<p>PIZARRA, CARTULINA, PLUMONES, LAPICEROS, MOSQUITOS INFORMATIVOS</p>	<p>45 MINUTOS</p>

participación activa de cada de cada colaborador, se les pide un comentario sobre lo que sucede en la organización, señalando los aspectos positivos y negativos que tiene cada uno de ellos.		
---	--	--

## **TALLER 02: CONOCIENDO LOS TIPOS DE COMUNICACION QUE UTILIZO**

### **FINALIDAD DEL TALLER:**

Dar a conocer cuáles son las estrategias que se quiere desarrollar a cada participante, e identificar la importancia de comunicarse de manera adecuada y efectiva para el cumplimiento de cada uno de sus labores.

**DURACIÓN:** 60 minutos

### **ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

**Meta:** 20 colaboradores

<b>ACTIVIDADES DE INICIO</b>	<b>MEDIOS Y MATERIALES</b>	<b>TIEMPO</b>
<p>Se da inicio del taller con las presentación y la descripción de los temas a tratar, mencionando los objetivos y los que se quiere logara con el taller.</p> <p><b>(Comunicación interna)</b></p> <p>Se presenta las siguientes preguntas:</p> <p>¿Qué es para mí tener una buena comunicación?</p> <p>¿Creo que me logro comunicar bien con todos mis compañeros?</p> <p><b>DINÁMICA:</b> Se les invita a los participantes a que generen los conceptos de las preguntas mostradas en la diapositiva, la cual será manifestada a través de una hoja de papel, luego por afinidad se formaran grupos de cuatro con el propósito de que se genere un intercambio de ideas, y se establezca un solo concepto con el aporte de</p>	<p>CARTULINA, PIZARRA. PLUMONES, LAPICEROS, PAPEL,PAPELOTES, MOSQUITOS INFORMATIVOS</p>	<p>25 MINUTOS</p>

<p>cada miembro del grupo, el cual será escrito en la pizarra.</p> <p>Se incentiva los participantes a continuar interviniendo con las interrogantes , y contestar la siguiente pregunta</p> <p>¿Crees que al tener una buena comunicación puedo llegar a sentirme identificado con mi empresa?</p> <p>¿Sabes cuál es la misión y visión de la organización?</p>		
--	--	--

ACTIVIDADES DE PROCESO	MEDIOS Y MATERIALES	TIEMPO
<p>Se realizara la <b>DINÁMICA</b>: Comunicación y acción</p> <p>En esta dinámica los participantes harán un circulo tomado de las manos y la expositora dirá lo que tiene que hacer pero ellos harán lo contrario, aquí tienen que estar atentos y apoyarse entre ellos mismos para que todos puedan ir a la par y logara el propósito de la dinámica.</p> <p>Al finalizar la dinámica los participantes nos dirán que es lo que sintieron durante la dinámica y cuál es su apreciación acerca de la misma.</p> <p>Se les dirá la importancia de la comunicación entre ellos mismo y como esto puede ayudar a logar los objetivos de cada área y los organizacionales</p>	<p>MOSQUITOS INFORMATIVOS, PALEOTES, PLUMONES, CARTULINAS</p>	<p>15 MINUTOS</p>
ACTIVIDADES FINALES	MEDIOS Y MATERIALES	TIEMPO
<p>Mediante la participación activa de cada de cada colaborador, se les pide un comentario acerca sobre que aprendieron, como aprendieron y que dificultades tuvieron durante el desarrollo del taller.</p> <p>Se realiza para finalizar una <b>DINÁMICA</b>:</p> <p>Una nueva forma de comprometerme, El Compromiso</p> <p>Se le asigna realizar un cartel con una frase: A MENOS QUE SE HAGA EL COMPROMISO SOLO HAY</p>	<p>MOSQUITOS INFORMATIVOS, PAPELOTES, PLUMONES, CARTULINAS</p>	<p>20 MINUTOS</p>

PROMESAS Y ESPERANZAS.		
Al finalizar la dinámica los participantes nos dirán que es lo que sintieron durante la dinámica y cuál es su apreciación acerca de la misma		
Y cuál es la importancia de compromiso en la organización y además cómo comunicarse entre los miembros para logara así los objetivos		

### **TALLER 03: AFINANDO MIS HABILIDADES DE COMUNICACIÓN**

#### **FINALIDAD DEL TALLER:**

Proporcionar a cada participante la retroalimentación necesaria reforzando las debilidades o carencias que tengan respecto al tipo de comunicación que deben utilizar para lograr alcanzar los objetivos y metas propuestas, además de como esto puede ayudar a que los miembros de la organización sepan lo que se realiza dentro de la organización.

**DURACIÓN:** 50 minutos

#### **ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE**

**Meta:** 20 colaboradores

<b>ACTIVIDADES DE INICIO</b>	<b>MEDIOS Y MATERIALES</b>	<b>TIEMPO</b>
<p>Se da inicio del taller con la presentación y descripción de los temas a tratar, mencionando los objetivos y los indicadores de logro del taller</p> <p>Asimismo, se establece escribir en un papelote, en donde detalle el compromiso que tienes cada colaborador acerca de tener una mejor comunicación entre ellos, los cuales serán ubicados en cada una de sus áreas establecidas en la empresa.</p> <p>Se presenta las siguientes preguntas:</p>	<p>CARTULINA, PIZARRA. PLUMONES, LAPICEROS, PAPEL,PAPELOTES, MOSQUITOS INFORMATIVOS</p>	<p>20 MINUTOS</p>

<p>¿Le gustaría que se formaran algún grupo o comité de trabajo para poder comunicarse de una manera más efectiva</p> <p>¿Cada de tiempo le gustaría que se realicen reuniones?</p> <p><b>DINAMICA:</b> Se les invita a los participantes a que generen los conceptos de las preguntas mostradas en la diapositiva, la cual será manifestada a través de una hoja de papel, luego por afinidad se formaran grupos de cuatro con el propósito de que se genere un intercambio de ideas, y se establezca un solo concepto con el aporte de cada miembro del grupo, el cual será escrito en la pizarra.</p> <p>Se incentiva los participantes a continuar interviniendo con las interrogantes , y contestar la siguiente pregunta</p> <p>¿Estoy dispuesto a mejorar la comunicación dentro de mi centro de trabajo</p> <p>¿ Qué es lo que debo mejorar para tener un mejor compromiso?</p>		
---	--	--

ACTIVIDADES DE PROCESO	MEDIOS Y MATERIALES	TIEMPO
<p>Se realiza una dinámica : <b>LA PELOTA</b></p> <p>en esta dinámica los participantes hará un circulo y sostendrán una tela y en medio una pelota, ellos tratan de sostener la pelota sin que se les caiga.</p> <p>Aquí se verá cómo se comunican los miembros de la organización y que ellos digan cómo se sintieron de durante la dinámica y que es lo que aprendieron</p> <p>Al finalizar exponer los términos que ellos deben de conocer para profundizar los saberes previos.</p>	<p>CARTULINA, PIZARRA. PLUMONES, LAPICEROS, PAPEL,PAPELOTES, MOSQUITOS INFORMATIVOS, PELOTA, FRANELA</p>	<p>15 MINUTOS</p>

ACTIVIDADES FINALES	MEDIOS Y MATERIALES	TIEMPO
<p>Mediante la participación activa de cada de cada colaborador, se les pide un comentario acerca sobre que aprendieron, como</p>	<p>CARTULINA, PIZARRA.</p>	<p>15 MINUTOS</p>

<p>aprendieron y que dificultades tuvieron durante el desarrollo del taller.</p> <p>Asimismo se establece escribir en un papelote, en donde detalle el compromiso que tienes cada colaborador acerca de tener una mejor comunicación entre ellos, los cuales serán ubicados en cada una de sus áreas establecidas en la empresa</p> <p>Se realiza para finalizar una dinámica acerca del compromiso</p> <p><b>TITULADA: EL OVILLO DE LANA</b></p> <p>En esta dinámica los participantes harán un círculo, el ovillo de lana irá pasando por cada uno de los integrantes y ellos dirán una palabra cuando lancen el ovillo a la otra persona esa persona dirá una palabra relacionada de esta manera al finalizar las palabras ellos tendrán que buscar la manera como desenredarse.</p> <p>al finalizar la dinámica los participantes nos dirán que es lo que sintieron durante la dinámica y cuál es su apreciación acerca de la misma</p> <p>Y cuál es la importancia de compromiso en la organización y además cómo comunicarse entre los miembros para lograr así los objetivos</p>	<p>PLUMONES, LAPICEROS, PAPEL,PAPELOTES, MOSQUITOS INFORMATIVOS, OVILLO DE LANA</p>	
---	---	--



## 7.7.PRESUPUESTO

MATERIALES y MATERIALES				
Nº	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Papel bond	100	0.05	5
2	Impresiones	45	0.3	13.5
3	Plumones	30	1.2	36
4	Lapiceros	12	1	12
5	Cartulinas	6	1	6
6	Papelotes	3	0.5	1.5
7	Hojas de colores	25	0.1	2.5
8	Pelota	3	2	6
9	Franela	3	2.4	7.2
10	Cordon	3	1.5	4.5
11	Copias	95	0.05	4.75
12	Luz	4	40	160
13	Internet	4	40	160
14	Llamadas de celular	60	0.5	30
15	Transporte/movilidad	65	1.2	78
				<b>526.95</b>

## REFERENCIAS

- Álvarez, J. (2007). Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. *Razón y Palabra*, 12 (56). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520729023>
- Anónimo. (09 de febrero del 2018). Tres indicadores para tener un clima laboral óptimo. El comercio. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/personal/tres-indicadores-clima-laboral-optimo-noticia-496008>
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/vcorreabalza/fidias-g-arias-el-proyecto-de-investigacin-5ta-edicin-edicin-edicin>
- Armas, J. (2014). Comunicación interna y Clima laboral” (Estudio realizado en Call Center de la ciudad de Quetzaltenango) (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/43/Armas-Jose.pdf>
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Shalom 2008
- Bernal, A. (2010). *Metodología de la Investigación*. (3° edición). Colombia: Pearson Educación.
- Cabrera, J. (2014). Estrategias de comunicación interna y su influencia en la identidad laboral de los trabajadores de la municipalidad distrital de El Agustino (Tesis de licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/593/Jorge\\_Tesis\\_bachiller\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/593/Jorge_Tesis_bachiller_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Capriotti, P. (2009). *Branding corporativo*. Recuperado de <http://www.analisisdemedios.com/branding/BrandingCorporativo.pdf>
- Carbajal, K. (2015). Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del Instituto Nacional de Estadística y Censos- INEC (Tesis de licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8179/PLAN%20DE%20COMUNICACION%20INTERNA%20PARA%20FORTALECER%20LA%20CULTURA%20ORGANIZACIONAL%20DEL%20INSTITUTO%20NACIONAL%20DE%20.pdf?sequence>

- Crespo, C. (2016). Clima y compromiso organizacional en una mediana empresa manufacturera de San Luis Potosí, S.A.A (Tesis de maestría). Recuperado de <http://ninive.uaslp.mx/jspui/bitstream/i/3742/1/MAD1CYC01601.pdf>
- De la Puente, L. (2017). Compromiso organizacional y motivación de logro en personal administrativo de la Municipalidad Provincial de Trujillo (Tesis de licenciatura). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/298/delapuate\\_rl.pdf](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/298/delapuate_rl.pdf)
- Dwyer, R. (1987). "Output sector munifence Effects on the Internal Political Economy of Marketing Channels". *Journal of Marketing Research*.
- Flores, M. (2016). Aplicación del modelo de comunicación corporativa interna y su influencia en el clima laboral de Teleatento del Perú S.A.C. de la región norte 2014(Tesis de maestría). Recuperado de [http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10937/Flores%20Ram%C3%A](http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10937/Flores%20Ram%C3%A1n%20Miguel%20C%C3%A9sar%20Lecca%20Tapia%20Alem%20Manuel.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Fuentes, A. (2009). Operativa del marketing interno: propuesta de modelo de endomarketing. *Perspectivas*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942159012>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. (5ª edición). México: Mc Graw Hill.
- Iglesias, M., Cortés, M. (2004). *Generalidades sobre la Metodología de la investigación*. Recuperado de [http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia\\_investigacion.pdf](http://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf)
- Kreps, G. (1990). *La comunicación en las organizaciones*. (2ª edición). Estados Unidos: Wesley Iberoamericana.
- La Porte, J. (2005). Potencialidad creativa de la comunicación interna en el tercer sector. *Palabra Clave*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64901206>
- Marchiori, M. (2011). Comunicación interna: una visión más amplia en el contexto de las organizaciones. *Ciencias de la Información*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=181422294008>

- Morris, J. y Sherman, J. (1981). "Generalizability of an Organizational Commitment Model". *Journal of Management Research*.
- Nobell, A., Lesta, L. (2011). Medición de los aportes de la gestión estratégica de comunicación interna a los objetivos de la organización. *Palabra Clave*. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64920732002>
- Noreña, A., Alcaraz-Moreno, N., Rojas, J., y Rebolledo-Malpica, D. (2012). Aplicabilidad de los criterios de rigor y éticos en la investigación cualitativa. Recuperado de <http://jbposgrado.org/icuali/Criterios%20de%20rigor%20en%20la%20Inv%20cualitativa.pdf>
- Pizzolante, I (2004). El poder de la comunicación estratégica. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books/about/El\\_poder\\_de\\_la\\_comunicaci%C3%B3n\\_estrat%C3%A9gica.html?id=RIqUMwEACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/El_poder_de_la_comunicaci%C3%B3n_estrat%C3%A9gica.html?id=RIqUMwEACAAJ&redir_esc=y)
- Porret, M. (2010). *Gestión de personas*. (4° edición). Madrid, España: Gráficas Dehon.
- Puchol, L. (2007). *Dirección y gestión de los Recursos Humanos*. (7° edición). Buenos Aires, Argentina: Díaz de Santos.
- Robbins, S., Judge, T. (2009). *Comportamiento organizacional*. (13° edición). México: Pearson Educación.
- Rodríguez, A., Zarco, V., Gonzáles, J. (2009). *Psicología del trabajo*. Madrid, España: Ediciones Pirámide
- Salancik, R. (1977). "Commitment and the control of organizational behavior and belief". *New directions in organizational behavior*.
- Sazinman, P. (07 de septiembre Del 2015). Los CEO en Perú ya ven al clima organizacional como una variable intangible del negocio [archivo de video]. De <https://gestion.pe/tendencias/management-empleo/ceo-peru-ven-clima-organizacional-variable-intangible-negocio-99286>
- Sheldon, E. (1971). "Investments and involvement as mechanism producing commitment to the organization. *Administrative science quarterly*.

- Vara, A. (2015). *7 pasos para una tesis exitosa*. Recuperado de <http://www.administracion.usmp.edu.pe/investigacion/files/7-PASOS-PARA-UNA-TESIS-EXITOSA-Desde-la-idea-inicial-hasta-la-sustentaci%C3%B3n.pdf>
- Villafañe, J. (2010). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. España: Ediciones Pirámide.
- Wiener, Y. (1982) "Commitment in the organization: A normative view". *Academy of Management Review*.

## **ANEXOS:**

### **Anexo N°01: GUÍA DE ENTREVISTA**

#### **Comunicación Interna:**

1. ¿Qué es para usted tener una buena comunicación interna?
2. ¿Cómo califica la comunicación interna entre los colaboradores?
3. ¿Qué tipo de comunicación es la más usada en su organización?
4. ¿Tienen algún tipo de boletín, periódico o revista en la empresa?
5. ¿Entregan cartas a sus colaboradores para informarles cambios o eventos que surjan en la empresa?
6. ¿Existe en la empresa algún comité o grupos de trabajo que permite comunicarse directamente con los directivos de la organización?
7. ¿Se reúnen con todos los colaboradores para informarles cambios? ¿Cada que tiempo? o ¿Por qué no lo realizan?
8. ¿Se realiza la rotación de personal? ¿Por qué lo hace? o ¿Por qué no lo hace?
9. ¿Se comunican mayormente por correos electrónicos? ¿Tienen un correo corporativo?
10. ¿Cómo cree usted que perjudicaría a la organización si no tuviera una adecuada comunicación?

#### **Compromiso Organizacional:**

1. ¿De qué manera se logra el compromiso organizacional?
2. ¿Qué valores predomina en esta organización?
3. ¿En una escala por jerarquías como ubicaría los valores de esta organización?
4. ¿Cómo percibe actualmente el compromiso de los colaboradores?
5. ¿Existen colaboradores que no estén comprometidos con la organización?
6. ¿Qué se le debe brindar a los colaboradores para se sientan comprometidos con la organización?
7. ¿Cree que los colaboradores deben sentirse obligados a seguir en la organización solo porque piensan que dejar su puesto de trabajo se desperdicia todo el tiempo y dinero invertido en ellos?
8. ¿Cree que las personas que se sienten comprometidos con la organización, es porque tienen una formación desde sus casas en ser leales?
9. ¿Las personas que están más tiempo en una organización suelen sentirse más comprometidos que las personas que recién se integran?
10. ¿Cree usted que si se cambia o mejora la comunicación interna mejoraría el compromiso organizacional en los colaboradores de su organización?

## Anexo N°02: CUESTIONARIO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Los fines de este cuestionario son para la realización del proyecto de Tesis dentro de la empresa para analizar el compromiso organizacional. La información está escrita se manejará de forma confidencial.

Del 1 al 5 marque con un aspa(X) las siguientes afirmaciones de acuerdo a la pregunta.

Nunca = 1

Casi Nunca = 2

A veces = 3

Casi Siempre = 4

Siempre = 5

**OCUPACIÓN O CARGO:**

**SEXO:**

**EDAD:**

### COMPROMISO ORGANIZACIONAL

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
<b>DIMENSIÓN EMOCIONAL Identificación, Implicación, Lealtad</b>						
1	Me siento plenamente identificado con la institución cuando existen problemas.					
2	Ante la presencia de un problema en la institución me comprometo a dar lo mejor de mí para solucionarlo.					
3	Considero que las labores que desempeño dentro de mi institución las siento más como obligaciones que como un aporte					
4	Ante una nueva oferta laboral, terminaría el vínculo con mi institución de manera inmediata.					
5	Creo que la institución donde laboro genera un vínculo afectivo intenso que me permite identificarme plenamente con ella					
6	Cuando manejo información confidencial de la institución con frecuencia demuestro mi lealtad siendo reservado en el procesamiento de la misma.					
<b>DIMENSIÓN COMPORTAMENTAL Necesidad de trabajo, Opciones laborales, Permanencia en la empresa</b>						
7	Considero que las pocas alternativas de trabajo que existen en el mercado laboral, generan mi permanencia dentro de mi institución.					
8	Pienso que la permanencia en la institución está sujeta a encontrar un nuevo puesto de trabajo fuera de ella, pero con mejores condiciones laborales.					
9	Siento la obligación moral de permanecer en la institución, por eso continuo trabajando en ella					
10	Creo que tengo muy pocas opciones de conseguir otro trabajo igual, como para considerar la posibilidad de dejar esta institución					
11	Disfruto hablando de aspectos positivos de mi empresa con gente que no pertenece a ella.					
12	Aunque fuera ventajoso para mí, no siento que sea correcto renunciar a la institución por todo lo que me ha dado hasta ahora.					
13	Para renunciar a la organización mis compañeros tienen alguna influencia sobre mi decisión					
<b>DIMENSIÓN NORMATIVA Reciprocidad con la empresa, Obligaciones, Valores</b>						
14	Cuando me asignan alguna tarea en específico dentro de mi institución, con frecuencia no la culmino esperando que otro la culmine.					
15	Creo que renunciar ante un situación desfavorable me haría sentir culpable.					
16	Me siento obligado a permanecer dentro de esta institución debido a que ellos me eligieron.					
17	Sería duro para mí dejar la institución donde trabajo, incluso si no quisiera hacerlo.					
18	Considero que ciertos planes en mi vida se verían interrumpidas si decidiera dejar ahora mi institución.					
19	Con frecuencia creo que le debo mucho a mi institución.					
20	Considero que no tengo un vínculo de permanencia dentro de la institución					

**Gracias, por su colaboración...!**

Anexo N°03

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:	Aplicación de estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C- Chiclayo; 2018
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	Gestión de organizaciones
AUTOR(ES):	Barranzuela Puican Sheylla Jossymar

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
¿Cómo la aplicación de las estrategias de comunicación interna mejorará el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.?	Aplicar estrategias de Comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional de los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.	H1: La implementación de estrategias de comunicación interna mejorará el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C	Comunicación interna	Comunicación vertical Descendente Comunicación vertical ascendente Comunicación vertical horizontal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Enfoque: Cuantitativa</li> <li>Tipo: Aplicativa</li> <li>Alcance: Explicativa Transversal</li> <li>Diseño: Pre Experimental</li> <li>Unidad de investigación: Trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C</li> </ul>
			Compromiso Organizacional	Emocional Comportamental Normativa	



	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis Alternativa</b>		<b>Indicadores</b>	<b>Fuente de Información</b>
	<p>Identificar el nivel de compromiso organizacional de los trabajadores en de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C</p> <p>Diseñar un plan de estrategias de comunicación interna a los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C.- Chiclayo, 2018.</p> <p>Evaluar y comparar la mejora del compromiso organizacional de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C después de la aplicación del post test.</p>	<p><b>H0:</b> La implementación de estrategias de comunicación interna no mejorará la identidad laboral en los trabajadores de la Distribuidora Droguería Phryma S.A.C –Chiclayo; 2018.</p>	<p><b>Comunicación interna</b></p>	<p>Difusión de políticas de la organización</p> <p>Presentación de trabajo</p> <p>Ambiente de trabajo</p> <p>Coordinación</p> <p>Claridad de funciones y tareas</p> <p>Recojo de información</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Participación</p> <p>Relaciones laborales</p>	<p>Entrevista</p> <p>Cuestionario</p>
			<p><b>Compromiso Organizacional</b></p>	<p>Identificación</p> <p>Implicación</p> <p>Lealtad</p> <p>Reciprocidad con la empresa</p> <p>Obligaciones</p> <p>valores</p>	

## ANEXO N°04: VALIDACIÓN DE JUICIO DE EXPERTOS

### JUICIO DE EXPERTOS

Estimado Mag. Doctor(a) MBA Oscar Enrique Salazar Carbonel

Por la presente, reciba usted mi saludo cordial y fraterno; al mismo tiempo solicito de su sapiencia profesional para que emita juicios sobre "APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.- CHICLAYO, 2018" Que se le presenta.

Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto en la materia y se necesita su valiosa opinión; para tal fin debe marcar con un aspa (x) para cada indicador en la columna que considere conveniente.

Tenga a bien evaluar los siguientes ítems del cuestionario aplicado a ..... de acuerdo a las siguientes categorías:

Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)

Le agradezco profundamente su fina atención.

Atentamente:

 75010033

Barranzuela Puican Sheylla

Adjunto:

- Cuadro de operacionalización de variables
- Instrumento de recolección de los datos (cuestionario) con alternativas para su validación.
- Ficha de validación.

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

INSTRUMENTO ESTÁ ACORDE A LA INVESTIGACIÓN.  
SOLO CORREGIR NOMBRE DE VARIABLE EN MATRIZ DE CONSISTENCIA.  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Validado por el Mag. Dr(a): MBA OSCAR ENRIQUE SALAZAR CARBONEL

Especialidad: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

Tiempo de docencia Universitaria: 5 AÑOS

Tiempo de experiencia Profesional: 17 AÑOS

Tiempo de experiencia en Investigación Científica: 3 AÑOS

Fecha: 26 DE SEPTIEMBRE 2018



\_\_\_\_\_  
MBA Ing. Oscar E. Salazar Carbonel  
Mag. Dr. (a) MBA OSCAR ENRIQUE SALAZAR CARBONEL  
DNI: 80626706

## JUICIO DE EXPERTOS

Estimado Mag. Doctor(a) Reko Manuel Silva León

Por la presente, reciba usted mi saludo cordial y fraterno; al mismo tiempo solicito de su sapiencia profesional para que emita juicios sobre "APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.- CHICLAYO, 2018" Que se le presenta.

Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto en la materia y se necesita su valiosa opinión; para tal fin debe marcar con un aspa (x) para cada indicador en la columna que considere conveniente.

Tenga a bien evaluar los siguientes ítems del cuestionario aplicado a ..... de acuerdo a las siguientes categorías:

Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)

Le agradezco profundamente su fina atención.

Atentamente:

  
Barranzuela Puican Sheylla

Adjunto:

- Cuadro de operacionalización de variables
- Instrumento de recolección de los datos (cuestionario) con alternativas para su validación.
- Ficha de validación.

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

---

---

---

---

---

---

---

Validado por el Mag. Dr(a): Pedro Manuel Silva León

Especialidad: ADMINISTRACIÓN

Tiempo de docencia Universitaria: 2 AÑOS

Tiempo de experiencia Profesional: 10 AÑOS

Tiempo de experiencia en Investigación Científica: 1 AÑO

Fecha: 26 DE SEPTIEMBRE DE 2018

  
Mag. Dr. (a) Pedro Manuel Silva León

### JUICIO DE EXPERTOS

Estimado Mag. Doctor(a).....*Lilian Roxana Paredes Lopez*.....

Por la presente, reciba usted mi saludo cordial y fraterno; al mismo tiempo solicito de su sapiencia profesional para que emita juicios sobre "APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL COMPROMISO ORGANIZACIONAL EN LOS TRABAJADORES DE LA DISTRIBUIDORA DROGUERÍA PHRYMA S.A.C.- CHICLAYO,2018" Que se le presenta.

Para alcanzar este objetivo se le ha seleccionado como experto en la materia y se necesita su valiosa opinión; para tal fin debe marcar con un aspa (x) para cada indicador en la columna que considere conveniente.

Tenga a bien evaluar los siguientes ítems del cuestionario aplicado a .....  
de acuerdo a las siguientes categorías:

Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)

Le agradezco profundamente su fina atención.

Atentamente:

  
Barranzuela Puican Sheylla

Adjunto:

- Cuadro de operacionalización de variables
- Instrumento de recolección de los datos (cuestionario) con alternativas para su validación.
- Ficha de validación.

Se le agradece cualquier observación, sugerencia o recomendación sobre algún de los acápites propuestos. Por favor, refiéralas a continuación:

---

---

---

---

---

---

---

Validado por el Mag. Dr(a): Lilian Roxana Parades López

Especialidad: Estadística

Tiempo de docencia universitaria: 23 años

Tiempo de experiencia profesional: 23 años

Tiempo de experiencia en investigación científica: 18 años

Fecha: 28 de setiembre de 2018

  
Mag. Dr. (a) Lilian Roxana Parades López



## ANEXO 05. EVIDENCIAS FOTOGRÁFICAS

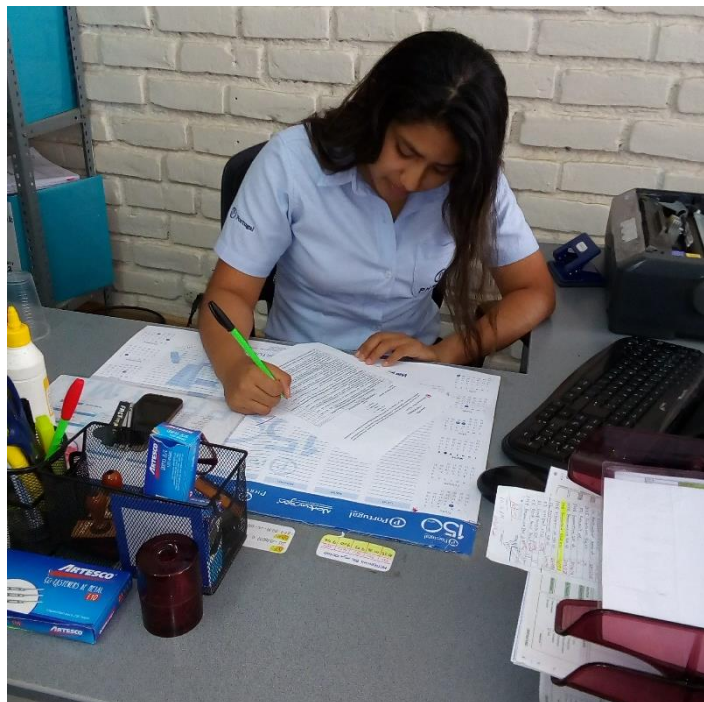


Foto 01. Aplicando encuestas en el Área administrativa



Foto 02. Aplicando encuestas en el Área de ventas





Foto 03. Aplicando encuestas en el área de Almacén.



Foto 04. Realizando la entrevista.



Foto 05. Fotografía después de haber realizado la encuesta.



Foto 06. Realizando los talleres en la empresa.



Foto 07. Explicando la dinámica a realizar.




Foto 08. Dinámica del taller “Una nueva forma de comprometerme, El Compromiso”.





Foto 09. Dinámica del taller “Una nueva forma de comprometerme, El Compromiso”.

## ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, Mg. Sonia Magali Núñez Puse, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Chiclayo, revisora de la tesis titulada **“Aplicación de estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Grogueria Phryma SAC, Chiclayo-2018”**, de la estudiante Barranzuela Puican Sheylla Jossymar constato que la investigación tiene un índice de similitud de **27%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

La suscrita analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha..... *Pimentel, 20 de julio* .....




Firma

Sonia Magali Núñez Puse

DNI: 16788327

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	-----------------------	--------	---------------------------------

## AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

	<b>AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
---	---	---

Yo Barranzuela Puican Sheylla Jossymar, identificado con DNI N° 75010033, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo ( X ) , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional de La Distribuidora Droguería Phryma S.A.C."; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

  
FIRMA

DNI: 75010033

FECHA: 01 de julio del 2017.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSION FINAL DEL TRABAJO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

Escuela Profesional de Administración

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Sheylla Jossymar Barranzuela Poican

INFORME TÍTULADO:

"Estrategias de comunicación interna para mejorar el compromiso organizacional en los trabajadores de la Distribuidora Agrícola Phryma S.A.C.- Chiclayo, 2018"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 25 de julio del 2019

NOTA O MENCIÓN: APROBADA POR UNANIMIDAD



FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN